الصحافة الصفراء

الجذور والفروع

تأليف
د/ نبيل راغب



الكتاب : الصحافة الصفراء الجذور والفروع

المؤلف : د. نبيل راغب

رقم الإيداع : ٢٠٠٤/١٦٠٠٦

تاريخ النشر : ٢٠٠٤

الترقيم الدولى : I. S. B. N. 977 - 215 -791 - 8

الناشر : دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع

شركة ذات مسئولية محدودة

الإدارة والمطابع : ١٢ شارع نوبار لاظوغلى (القاهرة)

ت : ٧٩٤٢٠٧٩ فاكس ٧٩٥٤٣٢٤

التوزيع : دار غريب ٣,١ شارع كامل صدقى الفجالة – القاهرة

ت ٥٩٠٢١٠٧ – ٥٩١٧٩٥٩

إدارة التسويق والمعرض الدائم : ١٢٨ شارع مصطفى النحاس مدينة نصر – الدور الأول

ت ٢٧٣٨١٤٢ – ٢٧٣٨١٤٣

فصول الدراسة

شكر وتقدير

لا يوجد كتاب ألفه صاحبه بدون مساعدة الآخرين ، المتحمسين له والمتعاونين معه فى مراحله وفصوله المتتابعة ، سواء أكانوا قريبين منه أو بعيدين عنه ، خاصة إذا كان كتابا لم يسبق لموضوعه ، مثل «الصحافة الصفراء» مثيل فى لغته على وجه التحديد . فليست هناك فى اللغة العربية أية دراسة أو حتى مقالة عابرة عن الصحافة الصفراء ، أو حتى مجرد محاولة لتصحيح استخداماتها الخاطئة عندما يرد المصطلح على ألسنة بعض الصحفيين أو بأقلامهم التى تمر عليه مر الكرام . ومن هنا كانت كل المصادر إما أمريكية بحكم أن الولايات المتحدة كانت الموطن الأول للصحافة الصفراء ، أو إنجليزية بحكم أن بريطانيا كانت بداية الامتداد الأوروبى لهذه الصحافة . وهى مصادر أو مراجع أو صور لمخطوطات غير موجودة فى مصر أو البلاد العربية ، ولا يمكن الحصول عليها أو على صور منها إلا من المكتبات أو دور النشر التى قامت بتوثيق أو نشر النصوص أو الدراسات الخاصة بها فى بلادها .

فى مقدمة هذه الهيئات والمؤسسات مكتبة الكونجرس بواشنطن ، التى قدم أمناء قسم المخطوطات والتصوير فيها ، كل مساعدة ممكنة خاصة فى الحصول على صور من الدوريات الأمريكية على مدى قرن كامل ، والتى أمدت الباحث بالمادة العلمية الأساسية ، سواء على المستوى التاريخى أو التحليلى . كما قامت مكتبة المتحف البريطانى فى لندن بدور مشابه ، فأمدت الباحث بصور من صحف التابلويد ، خاصة الصادرة منها عن إمبراطورية روبرت ميردوخ الصحفية .

أما الأصدقاء والزملاء فى الجامعات والمعاهد والمنتديات الأمريكية والإنجليزية ، فقد ساعد كل منهم الباحث بقدر ما يتيح له موقعه الأكاديمى أو المكتبى ، مثل أمناء مكتبة «منتدى الحرية» فى آرلنجتون بولاية فرجينيا ، وفى

مقدمتهم جيرى بيذيل ، ونانسى ستيوارت ، وماكس براون ، وكيرت كارول ، وخاصة تشارلز أفاربى الرئيس التنفيذى للمنتدى ، وكريس ويلز نائب رئيس المنتدى لفروعه الدولية . وكذلك شكر خاص لأمينة قسم المخطوطات والكتب النادرة فى مكتبة جامعة ولاية أوهايو إيلفا جريفيث . كما أفاد الباحث كثيرًا من أمناء مكتبات جامعة كولومبيا ، وجامعة فيرجينيا ، وجامعة كاليفورنيا فى بيركلى ، وجامعة نورث كارولينا ، وجامعة لندن ، وجامعة مانشستر .

كما يخص الباحث بالشكر والتقدير ابنه يوسف راغب الفنان والمدرس المساعد بكلية التربية الفنية ، الذى وضع كل خبراته الثمينة فى الاتصال بالإنترنت بكل الأطراف الأكاديمية والمكتبية المعنية ، وكان ما حصل عليه من مادة علمية بمثابة ذخيرة لا تنفد حتى الانتهاء من تأليف الكتاب .

أما زوجة الباحث الإعلامية الكبيرة السيدة نبيلة داود ، فكانت كعهدها دائمًا فى الكتب السابقة للباحث ، تقدم المساعدة والمساندة والمشورة بكل الحب والعطاء ، خاصة فى مجال تصنيف المادة العلمية وتقسيمها على فصول الكتاب .

وأخيرًا وليس آخرًا فإن الباحث لا ينسى أبدًا حماس ناشره الكبير الأستاذ هانى أحمد غريب لكل ما أصدره له من كتب . فهو نعم الأخ والمشير الذى كانت أفكاره واقتراحاته الوجيهة سببًا فى الايحاء بكتب لم تكن تخطر ببال الباحث ، لأنه من طراز الناشرين فى بلاد الحضارة والذين يشاركون كتابهم التفكير فى استراتيجية الكتب التى يقومون بنشرها ، ولا يقتصر عملهم على قضايا الطباعة والإنتاج والتسويق .

إلى كل هؤلاء يتقدم الباحث بأسمى آيات التقدير والعرفان بالجميل ، إذ لولا مساعداتهم الجليلة وحماسهم المتدفق لما كان فى الإمكان تأليف هذا الكتاب الذى كان الأول من نوعه فى اللغة العربية والذى جمع بين دراسة «الصحافة الصفراء» عالميًا وعربيًا .

مقدمة

كان الدافع وراء تأليف هذا الكتاب عن «الصحافة الصفراء : الجذور والفروع» كأول كتاب عن هذا الموضوع فى اللغة العربية ، يتمثل فى إزالة اللبس والأفكار والمعلومات المغلوطة عن هذه الصحافة غير التقليدية التى ظلمتها الصحافة التقليدية لأسباب تم شرحها وتحليلها بإسهاب فى فصول هذا الكتاب . فهو ليس حيثيات للدفاع عنها ، أو منطلقات للهجوم عليها ، وإنما تحليل علمى موضوعى ، لوضع الحقائق تحت أضواء فاحصة ، سواء لإيجابياتها أو سلبياتها . وهى سلبيات لم تكن مقصورة عليها وحدها بل شاركتها فيها صحف عريقة ومحافظة وقومية . ولم تكن المهمة الأساسية لهذا الكتاب سوى تطبيق المنهج العلمى الذى يضع الرصد الموضوعى للحقائق فى اعتباره قبل إبداء الآراء المختلفة فيها .

فقد كان مفهوم «الصحافة الصفراء» فى المنطقة العربية غامضًا ومراوغًا إلى حد كبير ، فلم ير فيها العرب سوى صحافة الفضائح والجرائم وكل ما هو غير أخلاقى . ولم يزل هناك لبس بين «الصحافة الصفراء» و «الكتب الصفراء» ، وهو مصطلح مقصور على الأدبيات العربية ، لكنه غامض ومراوغ بدوره ، وإن كان يعنى أحيانًا المخطوطات أو كتب التراث القديم التى لم تطبع سوى مرة أو مرتين ، وأحيانًا أخرى كتب الخرافة أو الدجل ، أى أنه يقلل بصفة عامة من قيمة الشىء المنشور سواء أكان مخطوطًا أم مطبوعًا .

ولا أخفى على القارئ العزيز أننى شرعت فى تأليف هذا الكتاب من منطلق المفاهيم التقليدية السائدة عن الصحافة الصفراء ، كمحاولة علمية وتحليلية لسبر غورها ، وتقنينها ، وضبط مصطلحها ، والتخلص من كل مظاهر الغموض واللبس

التى ارتبطت بها سواء على المستوى العالمى أو المستوى العربى . لكن هذا المنطلق لم يكن يعنى فرض نظرة مسبقة على الدراسة بصفة عامة ، وإنما وضع نفسه فى خدمة متطلبات المنهج العلمى الذى يقوم بتفكيك وتحليل المادة المتاحة للبحث ، بحيث يصل فى النهاية إلى صورة أو خريطة تكون أقرب ما تكون لمعطيات الواقع ودوافعه ومحركاته وآلياته ، حتى لو تناقضت مع الافتراضات التى بدأ بها البحث . فإذا كان المنطلق أو الفرض هو الوسيلة التى يشق بها البحث العلمى طريقه ، فإن الواقع هو الغاية التى يجب عليه أن يبلغها فى النهاية ، سواء اتفق الواقع مع الفرض أو اختلف معه .

من هنا لم تكن هذه الدراسة ضد الصحافة الصفراء أو معها ، فليست هناك ثمة انحيازات بل هى تحريات عن الحقائق والأوضاع أينما وكيفما كانت ، كى يستطيع القارئ أن يصدر أحكامه بنفسه بعد الانتهاء من قراءة الكتاب الذى حرص على وضع كل من سلبيات الصحافة الصفراء وإيجابياتها فى كفتى ميزان النقد التحليلى والموضوعى بقدر الإمكان . ولكى تكتمل الصورة أو الخريطة تواصلت المقارنة بين الصحافة الصفراء والصحافة التقليدية سواء فى مجالات التحرير أو الإخراج أو الإعلان أو حتى التوزيع ، بطول الدراسة ، تطبيقا لمبدأ «بضدها تعرف الأشياء» . فلا يمكن دراسة موضوع معقد ومحير مثل الصحافة الصفراء فى فراغ خاص به . وكان هذا التعقيد أو الحيرة نتيجة طبيعية للصراعات التى خاضتها الصحافة الصفراء مع الصحافة التقليدية التى لم تتراجع عن مهاجمتها وتحقيرها والإقلال من شأنها بطول قرن بأكمله ، فى معارك اختلطت فيها الحقائق بالأكاذيب ، والوقائع بالأساطير ، والهجمات بالتحديات ، والاتهامات باللطمات ، فى سباقات محمومة بلا هوادة أو رحمة . وسيدرك القارئ بنفسه من كان الفائز فى معظم جولات هذه السباقات من خلال هذه الدراسة ؟!

وبرغم كل الاتهامات ومحاولات تشويه الصورة التى انهالت على الصحافة الصفراء ، فإنها كانت بمثابة الدماء الساخنة الفتية التى تدفقت فى شرايين المنظومة

الصحفية ككل ، والحيوية المتجددة التى تولدت من خلال الاحتكاك بين التحديات المستمرة والتحديات المضادة ، خاصة تلك التى عانت منها الصحف التقليدية مع المد التجارى الذى أغرق العالم بأسره منذ أواخر القرن العشرين ، ومع تدفق تيارات العولمة الاقتصادية ، وإفلاس عدد من الصحف والمجلات الغربية التقليدية نتيجة لتناقص عدد قرائها ، وبالتالى انصراف المعلنين عنها ، إذ إنها لا تتلقى أى دعم من الدولة ، فقد اضطرت الصحف التقليدية التى يمكن تسميتها بالقومية أو الجادة أو العريقة أو المحافظة إلى اللجوء إلى نفس الأساليب أو الحيل أو الألاعيب التى تتبعها الصحف الصفراء فى جذب أكبر عدد ممكن من القراء ، والتى قد تصل إلى مستوى الأكاذيب والاختلاقات والتلفيقات بهدف إثارة القراء والتلاعب بمشاعرهم وانفعالاتهم على سبيل تسليتهم وصرفهم عن هموم عالمهم المضطرب وضغوطه المتصاعدة .

ولعل من أهم تضاريس الخريطة الصحفية المعاصرة ، ثورة الاتصالات والشبكات الفضائية التى جعلت من العالم قرية كونية صغيرة ، والتى أصبحت تشكل تهديداً متزايدا للإعلام المقروء ، نظراً للإيقاع اللاهث للحياة المعاصرة ، والذى يناسبه الإعلام المسموع والمرئى لأنه لا يحتاج من المتلقى سوى إدارة مفتاح الراديو أو التليفزيون ثم الاستسلام لما يتدفق منهما من معلومات ومواد مثيرة . ومن هنا كان التحدى الذى واجهته الصحافة التقليدية بصفة عامة وأثر بالسلب على إمكاناتها فى مجالات التوزيع والإعلان ، فى حين استطاعت الصحافة الصفراء أن تواجه هذا التحدى بأساليبها التى تميزت بالإقدام والجسارة والجرأة والمغامرة بل والمخاطرة فى اقتحام المشكلات المزمنة ، وإثارة القضايا الشائكة ، والتوغل فى الدهاليز المعتمة للمجتمع الخفى ، وغير ذلك من الموضوعات والقصص الخبرية التى تهم مختلف قطاعات القراء .

ولعل شهرة مصطلح «الصحافة الصفراء» ترجع إلى إصرار أعداء هذه الصحافة وخصومها ، على إلصاق هذه الصفة بها وكأنها وصمة . وعندما يعرف

القارئ السر فى هذه التسمية منذ أول فصل فى هذا الكتاب ، سيدرك على الفور أنها ليست وصمة على الاطلاق ، بل كانت من باب الطرافة وإثارة حب الاستطلاع . ولذلك فإن الاسم الذى تداوله المثقفون فى مطلع القرن العشرين كان «الصحافة الجديدة» وليس «الصحافة الصفراء» الذى قد يبدو وكأنه يوحى بتهمة عليها أن تدافع عن نفسها فى مواجهتها .

وهذه «الصحافة الجديدة» الشهيرة «بالصفراء» استطاعت أن تنجب فى العقود الأخيرة من القرن العشرين أنواعًا جديدة من الصحافة ، دلت على حيويتها المتجددة عبر قرن كامل من الزمان ، وقدرتها على مواكبة المتغيرات التى تستجد فى مختلف المجتمعات . وكانت هذه الأنواع الجديدة من الصحافة قد تمثلت فيما عرف «بالصحافة المدنية أو الشعبية» ، و «الصحافة التنموية أو صحافة التنمية» ، و «الصحافة البوليسية أو صحافة حل ألغاز الجرائم» . وكان النوع الأول : «الصحافة الشعبية» يطلق أحيانًا على الصحافة الصفراء نفسها ، لأن القراء لم يفرقوا بينهما ، لأنهما وقفا على أرض مشتركة ، تمثلت فى حل المشكلات الواقعية على أرض الواقع ، وهو الهدف الذى وضعته الصحافة الصفراء نصب عينيها منذ مولدها ، بل ونظمت له حملات صحفية شعبية من أجل تحقيقه . وهو الاتجاه الذى وصف بأنه «صحافة الفعل أو الحدث» ، والذى ميز بعد ذلك الصحافة التى عرفت باسم «صحافة النشطاء» التى اعتبرت مدرسة جديدة فى مجال الصحافة السياسية . وهو التيار الذى عاد بقوة فى أواخر تسعينيات القرن العشرين بعد ظهور «الصحافة الشعبية» التى حددت وظيفتها بحل المشكلات المادية الملموسة وليس مجرد البحث عن الحقيقة المجردة .

أما النوع الثانى الذى تفرع عن الصحافة الصفراء ، فكان «صحافة التنمية» التى شكلت تيارًا صحفيًا يؤمن بأن الحيوية الفكرية والشعبية الجماهيرية اللتين تمتلكهما الصحافة الجديدة القادرة على طرح كل القضايا مهما كانت شائكة أو

حرجة ، هما أداتان فعالتان فى بناء المجتمع الحديث . لكن التأييد الذى نالته هذه الحركة الصحفية فى الدول المتخلفة والشهيرة بالنامية ، من حكامها ، لم يكن حماسًا منهم للارتقاء بالطبقات الدنيا ، بقدر ما كان استغلالاً منهم لتمجيد إنجازاتهم الحقيقية أو الوهمية ، الناجحة أو الفاشلة ، والمبالغة فى التغنى بآفاق التنمية التى بلغتها مجتمعاتهم فى عصورهم الذهبية ، لدرجة أنها بلغت فى حالات كثيرة الأساليب الفاشية لعبادة البطل .

أما النوع الثالث فكان «الصحافة البوليسية أو صحافة حل ألغاز الجرائم» التى لم تقتصر على السعى المحموم لحل ألغاز الجرائم فحسب ، بل امتدت لتشمل حل المشكلات المزمنة أو الطارئة التى تستعصى على الوسائل التقليدية ، سواء أكانت مشكلات خاصة أم عامة . فقد أثبت المشبوهون والمجرمون أنهم من الذكاء بل والدهاء بحيث يطورون خططهم وأساليبهم باستمرار ، فى حين يلتزم مسئولو الأمن بالوسائل التقليدية التى تعلموها جيلاً وراء جيل . من هنا كان الدور الحيوى للصحافة التى تتجاوز هذه الوسائل التقليدية ، وتبتكر من الخطط والأساليب ما يمكن أن يتفوق على دهاء المجرمين . وقد ورثت الصحافة البوليسية هذا الأسلوب غير التقليدى عن الصحافة الصفراء ، وإن كانت قد تجاوزتها لتمتعها بإنجازات التكنولوجيا الحديثة ، لكنها ظلت امتدادًا عضويًا «لصحافة الفعل أو الحدث» . وبالطبع فإن هذه الصحافة النشطة كانت تستدعى من المخبر الصحفى جرأة غير عادية ، لدرجة أن بعضهم دفع حياته ثمنًا لها . ومع ذلك فإنها لم تتراجع إلى الوراء ، بل انتشرت فى معظم الدول الديمقراطية التى تؤمن بحرية الصحافة ودورها الإيجابى الفعال فى ترسيخ عوامل الاستقرار والازدهار فى المجتمع . فقد تفنن المخبرون الصحفيون فى ابتكار أساليب للتحرى والضبط ، اتبعها بعد ذلك رجال الشرطة أنفسهم .

وكان من الطبيعى أن تتناول الدراسة فى فصلها الأخير الموقف العربي من الصحافة الصفراء فى ضوء الاختلافات الجذرية بين الصحافة فى المنطقة العربية

والصحافة فى الدول الغربية . ذلك أن الصحف الصفراء بالمعنى الدقيق للمصطلح لا توجد عند العرب المعاصرين ، وإنما هناك بعض الملامح أو العناصر الصفراء التى قد يسمح بها لبعض الصحف على سبيل شغل الجماهير أو تسليتهم ، كنوع من إلهائهم بعيداً عن لعبة السياسة أو التنفيس عما يعتمل فى صدروهم من هموم ومتاعب الحياة . ومن السهل رصد الملامح أو العناصر الصفراء فى الصحف العربية لأنها مباشرة إلى حد كبير ، وتنطلق من اهتمامات أو مصالح شخصية للمحرر أو المخبر الذى يسخر قلمه فى خدمتها بهدف تحقيقها بقدر الإمكان . وفى حالات كثيرة ، مارس المحررون والمخبرون الصحفيون العرب لعبة القط والفأر مع أجهزة الرقابة الحكومية ، من خلال توظيفهم لأساليب التلوين ، والحذف والاختصار ، والتطويل والإطناب ، والتركيز على نقاط محددة والمرور على أخرى مر الكرام ... الخ . ونظراً لأن اللغة العربية بالذات ، عبارة عن محيط متلاطم الأمواج التى لا تتوقف عن التبدل والتغير فى دلالاتها وإشاراتها وتلميحاتها من خلال مترادفات قد لا يوجد لها مثيل فى أية لغة أخرى ، فإن الصحفى العربى يملك قدرة عجيبة على المراوغة فى توصيل ما يريد أن يقوله إلى قارئه ، دون أن يضبطه أحد متلبساً بما يخالف سياسة الدولة وتوجهاتها المعلنة .

لقد آن الأوان لكى يحصل الصحفيون والمثقفون العرب على تقنين علمى محدد لمفهوم «الصحافة الصفراء» كى يضعوا أيديهم على ملامحها وخصائصها الأساسية ، ليستخدم فى المكان والزمان المناسبين ، ولا يصبح مجرد قول عابر يلقى على عواهنه . فهى ظاهرة راسخة على مستوى العالم ولا يمكن تجاهلها ، بل يمكن الاستفادة من إيجابياتها والتخلص من سلبياتها بقدر الإمكان . ولعل هذه الدراسة تكون فتحاً لهذه الآفاق الجديدة .

د. نبيل راغب

الفصل الأول
جذور الصحافة الصفراء

كان أول ظهور مصطلح «الصحافة الصفراء» من خلال مسلسل مصور أو مرسوم نشرته صحيفة «نيويورك ورلد» باسم «زقاق هوجان» ، وحظى بشعبية جارفة بين جماهير القراء ، فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر . وكان بطله صبيًا يرتدى رداءً أو جلبابًا أصفر ، فعرف باسم «الصبى الأصفر» ، وهو ما يثير بالضرورة تساؤلاً ملحًا عن السر فى الأثر العميق الذى مارسته شخصية «الصبى الأصفر» على الأساليب الصحفية بصفة عامة ، فى حين أنها كانت مجرد شخصية فى مسلسل صحفى للرسوم التى أتقنها الفنان الأمريكى ر.ف. أو تكولت (١٨٦٣ - ١٩٢٨) ، والذى ابتكر شخصية «الصبى الأصفر» الذى كان القاعدة التى انطلقت منها الصحافة الصفراء ، اسمًا وفعلاً . فقد كان أول شخصية ناجحة ومؤثرة فى نفوس القراء ، لدرجة أن شعبيته الجارفة لم تتسبب فى زيادة توزيع الصحف التى نشرت مسلسله إلى أرقام قياسية فحسب ، بل كان أيضًا أول من أثبت أن البطل فى شرائط الرسوم المسلسلة والمعروفة باسم «comic strips» ، يمكن أن يكون شخصية شعبية تعود على ناشريها بأرباح ضخمة ، مثلها فى ذلك مثل أية سلعة رائجة . وفى الواقع فإنه لهذين السببين ، اعتبر الصبى الأصفر ومبتكره ر.ف. أو تكولت ، مؤسسين لرسوم الشرائط المسلسلة ، وجعلها جزءًا عضويًا فى الثقافة الأمريكية بصفة خاصة والمجتمع الأمريكى بصفة عامة .

كان ريتشارد فيلتون أوتكولت الذى اشتهر باسم ر.ف. أوتكولت ، بمثابة الرائد الأصيل لفن رسوم الشرائط المسلسلة ، عندما أدرك أن هذا الفن هو خير تجسيد لروح العصر الذى كان يطمح لطاقات تعبيرية جديدة . لقد حاول آخرون

قبله ، لكنهم فشلوا ، فى حين كان أوتكولت يمتلك الطاقة الفكرية والقدرة الفنية لكى يرى ويرصد ويصف خبايا مدينة نيويورك ، وتفاصيل حياة سكانها ، خاصة فى أحيائها الشعبية ، فيرسمها بريشته المتمكنة ، وتنشرها الصحف لهؤلاء السكان الذين يجدون أنفسهم وهم يضحكون على أحوالهم وسلوكياتهم . ويبدو أن أوتكولت قد جاء فى الوقت المناسب ، وإلى المكان المناسب ، مسلحًا بموهبته الفطرية غير العادية ، وكذلك ثقافته العميقة الشاملة ، ليصبح الأب الشرعى لرسوم الشرائط المسلسلة التى قدمت لغة فنية جديدة فى المجال التشكيلى فى أواخر القرن التاسع عشر . وهى اللغة التى انتقلت إلى مجال الصحافة والإعلام بحلول القرن العشرين ، بحيث أصبحت من المعالم المميزة للصحافة بصفة عامة والصحافة الأمريكية بصفة خاصة ، لدرجة أنه يصعب حصر المجلات التى تصدر خصيصًا لهذا الفن الذى أصبح من أكثر الفنون رواجًا بين مختلف فئات الجماهير ، بل وأصبحت له المتاحف المتخصصة مثل متحف رسوم الشرائط المسلسلة فى بروكسل ، وأيضًا المؤتمرات والندوات التى قدمت فيها الأبحاث والدراسات الكفيلة بتطوير هذا الفن ، وكذلك المعارض الدولية التى يلتقى فيها نجوم هذا الفن وعشاقه لدراسة آخر التطورات التى بلغها ، كما أنه أصبح صناعة ضخمة لها شركاتها ومؤسساتها التى تنتشر فى شتى أنحاء العالم .

وكانت للولايات المتحدة ريادة راسخة ومبكرة سواء فى مجال رسوم الشرائط المسلسلة أو مجال الصحافة الصفراء ، وهما المجالان اللذان انطلقا من شخصية الصبى الأصفر التى ابتكرها أوتكولت وظهرت فى الصحف عام١٨٩٦، لتضع التقاليد والشروط التى يجب أن تتوافر فى الشخصية المحورية الناجحة والرائجة تجاريًا فى المجال الصحفى لرسوم الشرائط المسلسلة . ويعرف «قاموس الفن والفنانين فى القرن العشرين» الصادر عام ٢٠٠٠ لفيلاند شمايد وآخرين ، رسوم الشرائط المسلسلة بأنها نوع من السرد القصصى من خلال الصور . وتتمثل

المكونات الأساسية لهذا الفن فى التفاعل بين الصورة المرسومة واللغة المكتوبة من خلال عرض الحركة فى هيئة أشكال متتابعة داخل كادرات أو شرائط . وقد أصبح لهذا الفن أساليبه الخاصة فى صياغة الصورة والكلمة ليكون لغة خاصة به . وكان وزير الثقافة الفرنسى جاك لانج قد قال فى مقدمة «الموسوعة العالمية لرسوم الشرائط المسلسلة» : إن الانتشارالجماهيرى الضخم لهذا الفن ، أثار الازدراء عند الطبقة المثقفة ، ومع ذلك فهناك الكثير من منظرى الفن الذين يتحمسون لهذا النوع من الفنون . وتعتبر فرنسا من الدول الرائدة لافتتاحها مركزًا قوميًا لرسوم الشرائط المسلسلة عام ١٩٩٠ فى مدينة إنجوليم ، وذلك إيمانًا من حكومتها بالدور الفعال الذى ينهض به هذا الفن فى إثراء الثقافة الفرنسية .

وقد أثبت أوتكولت منذ البداية أن رسوم الشرائط المسلسلة فن ناضج وعميق ، لأنها تخاطب الكبار كما تمتع الصغار . فقد شملت تحليل ودراسة المشكلات الإنسانية التى كانت تعانى منه الأقليات من أمثال السود والإيرلنديين والآسيويين ، وهى كلها قضايا تهم الكبار . ومع ذلك فقد أقبل الصغار منذ البداية على شراء مجلات رسوم الشرائط المسلسلة للمتعة السردية والبصرية التى تقدمها لهم . ومن الجدير بالتأكيد أن مصطلح «الصحافة الصفراء» اشتق من «الصبى الأصفر» ، إذ إن جريدتى «نيويورك جورنال» التى كان وليم راندولف هيرست يصدرها ، و «نيويورك ورلد» التى نافس بها جوزيف بوليتزر غريمة هيرست ، قد دخلتا فى صراع عنيف بينهما على حق نشر الشرائط المسلسلة التى يقوم ببطولتها الصبى الأصفر . وبلغت المعركة قمتها بنشر صورة الصبى الأصفر عدة مرات فى الأسبوع الواحد ، لدرجة أن جريدة «نيويورك ورلد» ، أطلق عليها جريدة «الصبى الأصفر» ، ثم الجريدة الصفراء ، وهو الاسم الذى أطلق بعد ذلك على جريدة «نيويورك جورنال» عندما نجح هيرست فى استقطاب أوتكولت ليعمل لحسابه . وهو ما أشعل نار الصراع بين الجريدتين من خلال حرب

كلامية لا تهدأ ، وتولد عنها مصطلح «الصحافة الصفراء» الذى أطلق على الصحافة التى لا تلتزم بتقاليد العمل الصحفى .

لم يهدأ لوليم راندولف هيرست بال وهو يتابع الحمى التى أحدثها الصبى الأصفر فى قراء نيويورك من خلال جريدة بوليتزر «نيويورك ورلد» ، وعز عليه أن تظل جريدته «نيويورك جورنال» محرومة من هذا النجاح الكاسح . وبدأت الحرب الضروس بينهما ، لتجسد الصراع الرأسمالى الشرس الذى يسعى للنجاح المادى بأية وسيلة . وكان هذا إيذاناً بميلاد الصحافة الصفراء التى ترى فى الصحافة تجارة يجب أن تكون رابحة ورائجة ، وليست رسالة فكرية يمكن أن تعود على صاحبها بالإفلاس . فالدولار هو سيد الموقف أولاً وأخيراً ، والصحافة ليست استثناءً من هذه القاعدة الذهبية الأمريكية . ولذلك لم يتوان هيرست فى إغراء أو تكولت بمرتب ضخم وضمه إلى صحيفته لينشر فيها مغامرات الصبى الأصفر ، لتشتعل المعركة بين هيرست وبوليتزر هذه المرة فى قاعات المحاكم حول حق أى منهما فى ملكية الصبى الأصفر . ويبدو أن هيئة المحكمة لم تستطع أن تحسم القضية لصالح أحدهما ، فأصدرت حكماً بأحقية كل منهما فى نشر رسوم الشرائط المسلسلة التى يقوم ببطولتها الصبى الأصفر ، طالما أنها قصص ورسوم مختلفة .

اسقط فى يد بوليتزر ، لكنه كرأسمالى لا يحب أن يفلت زمام المبادرة من يده ، وسرعان مالجأ إلى الرسام جورج ب لاكس ليرسم مغامرات الصبى الأصفر فى جريدته «نيويورك ورلد» ، بمجرد قبول أوتكولت لعرض هيرست . وشرع لاكس فى رسم الصبى الأصفر بكل تفاصيل حياته ومواقفه المتتابعة فى زقاق هوجان ، مما اضطر أوتكولت إلى تغيير الخلفية الاجتماعية وابتكر حيا جديداً باسم «ماكفادن فلاتس» . وهكذا ظهر الصبى الأصفر فى أكبر جريدتين فى نيويورك فى ذلك العصر وفى وقت واحد ، مما ضاعف من اشتعال نار المنافسة بين هيرست وبوليتزر فى مجال توزيع الجريدتين . وهى منافسة أدت إلى استخدام كل الوسائل والأسلحة ،

المشروعة وغير المشروعة ، فى سبيل كسب المعركة ، منها على سبيل المثال الكذب، والخداع والفبركة ، والغمز واللمز ، والتلميح ، والتهكم ، والسخرية ، والنكتة اللفظية، واللعب على الألفاظ ، بحيث لم تعد المسألة قضية نقد اجتماعى ، بقدر ما أصبحت صراعًا ضاريًا بين الجريدتين ، فنشرت قصص مثيرة عن أحداث لم تقع على الإطلاق ، وطبعت رسوم وصور استلهمها فنانون من مشاهد ومناظر غير موجودة فى الواقع ، وغير ذلك من أساليب «الفبركة» والخداع والإثارة .

والظاهرة الجديرة بالرصدوالتحليل أن هذه الإثارة المفتعلة لم تشعر القراء بأنها تحمل فى طياتها أية استهانة بعقولهم ، بل على النقيض من ذلك تمامًا ، إذ دفعتهم إلى الإقبال على شراء الجريدتين لمتابعة الصراع الدائر بينهما ، وكأنهم يتابعون مباراة مثيرة لا تنتهى بين طرفين عنيدين . ومع اشتداد حمى المعركة الصحفية الدائرة حول مواقف الصبى الأصفر ومغامراته وسط الفقراء والمهمشين والمتشردين فى الجانب المعتم من نيويورك ، أطلق الجمهور على كل من جريدة «نيويورك ورلد» لبوليتزر ، وجريدة «نيويورك جورنال» لهيرست ، مصطلح «صحافة الفتى الأصفر» ، وهو المصطلح الذى سرعان ما تحول إلى «الصحافة الصفراء» الزاخرة بإثارة الانفعالات الهوجاء والمشاعر السطحية العابرة التى لا تعبأ بالتفكير العقلانى المنطقى أو التأمل المتزن الذى يرصد الظواهر فى ضوئها الحقيقى . ولذلك كانت الصحافة الصفراء صحافة شعبية تجارية رائجة بين طبقات العمال والفلاحين وصغار الموظفين وأنصاف المثقفين ، أما المثقفون بصفة عامة - وهم صفوة أو قلة بطبيعة الحال - فقد هاجموها أو صرفوا النظر عنها بدعوى أنها صحافة رخيصة أو مشبوهة أو هابطة أو مخادعة أو كاذبة أو دعائية ... إلخ . لكن من حسن حظ الصحافة الصفراء أن جمهورها كان من الأغلبية التى منحتها هذه الشعبية الجارفة ثم الانتشار المحلى والعالمى فى الأجيال التالية . كذلك كانت الحرب الأمريكية - الأسبانية التى وقعت فى عام ١٨٩٨ ، بمثابة قوة دفع مبكرة للصحافة

الصفراء التى وجدت فيها مادة خصبة للإثارة والتشويق فى متابعتها أو وصفها للمعارك الجارية بصرف النظر عن مصداقية هذه المتابعة أو الوصف . بل لم يكن هناك مانع من تطويل زمن معركة ما أو توسيع مساحتها ، مهما كانت صغيرة أو عابرة ، وأحيانًا كانت تخترع معركة من بنات أفكارها ، تطبيقًا لمبدأ هيرست الذى يؤكد أنه من الواجبات الملقاة على عاتق الصحافة أن تخترع أية معركة مثيرة إذا خلت الساحة من أية معركة فعلية .

لم يحدث فى تاريخ الصحافة الأمريكية وربما العالمية أن فرضت شخصية خيالية نفسها على صفحات الصحف مثلما فعل الصبى أو الفتى الأصفر ، لأن عمره كان يتراوح بين سنوات الصبا وسنوات الشباب ، فكان يظهر عدة مرات فى الأسبوع الواحد ، سواء على الغلاف أو الصفحة الأولى أو على مساحة مرموقة فى صفحة داخلية أو فى رسوم شريط مسلسل ينشر تباعًا فى كل أحد . ولم يسأم الجمهور منه أبدًا برغم تكرار ظهوره ، بل زاد تعوده وإقباله عليه ، مما منحه مزيدًا من الشعبية الجارفة التى جعلته ينطلق من صفحات الجرائد أو المجلات إلى مجال الترويج للسلع المختلفة ، فظهرت صورته على علب الصابون ، وزجاجات المشروبات ، والأكياس التى توضع فيها المشتريات ، ولعب الأطفال ، وحقائب السيدات ، وقمصان الشباب ، وإعلانات الشوارع ، وملصقات الحافلات التى كانت تجرها الخيول ... الخ . فقد غمرت صوره معظم المواقع التى يمكن أن تقع عليها العين فى نيويورك .

لكن نظرًا لأن الولايات المتحدة الأمريكية هى بلد المفارقات والمتناقضات والمفاجآت ، فإن العاصفة التى أحدثها الفتى الأصفر واجتاحت الجميع ، لم تستمر أكثر من أربع سنوات من عام ١٨٩٥ إلى ١٨٩٨. فهو لم يظهر خارج مدينة نيويورك فى صحف أخرى ، ولذلك ظلت مجموعات الجرائد والمجلات التى ظهر فيها ، مقصورة على دور المحفوظات والمكتبات والسجلات الصحفية فى المدينة ، لكن الدارسين والمهتمين بهذه الظاهرة الفريدة حرصوا على نسخ وتصوير أكبر قدر ممكن

من هذه المجموعات الصحفية ، لكنها ظلت محصورة فى دائرة ضيقة من المتخصصين ، بل وازدات ضيقًا مع الأيام ، إلى أن أصبحت مادة نادرة إلى حد كبير ، وإن كان أسلوب الرسم قد ترك بصماته واضحة على أجيال متتابعة من الفنانين برغم مضى قرن كامل عليه . بل إن رسوم الشرائط المسلسلة التى أصبحت من أهم ملامح فن الرسم أو التصوير المعاصر فى الصحف تدين بوجودها وانتشارها إلى الريادة الأولى التى بدأها أوتكولت فى أواخر القرن التاسع عشر ، وكذلك الصحافة الصفراء التى انتشرت فى الصحافة العالمية بصفة عامة ، بل واستطاعت أن تتسلل إلى الصحف الجادة والوقورة والرزينة ، نظرًا لقوة جذبها لقطاعات عريضة من القراء العاديين .

ولم تكن المعركة بين هيرست وبوليتزر ، والتى شهدت ميلاد الصحافة الصفراء مقصورة على رسوم الفتى الأصفر وشرائطه المسلسلة التى أصبحت تخصصًا لمجلات بأكملها بعد ذلك فى شتى أنحاء العالم ، بل امتدت لتشمل اختطاف كبار الكتاب والأدباء بإغرائهم بأعلى المرتبات وأضخم الأجور . وكان هيرست رائدًا فى هذا المجال بمجرد استقراره فى مدينة نيويورك فى عام ١٨٩٦ ، وتأسيسه وإدارته لجريدته «نيويورك جورنال» . فقد وجد أن بوليتزر قد استقر قبله فى المدينة التى تبيض ذهبًا ، وأصبح من أشهر أغنيائها ، من خلال أساليب الإثارة والجذب الجماهيرى التى اتبعها فى جريدته «نيويورك وورلد» . ونظرًا لأن هيرست كان يجيد قواعد اللعبة الرأسمالية التى تؤكد على أنه لا يفل الحديد إلا الحديد ، وأن الغاية تبرر الوسيلة ، فقد تبنى نفس الأساليب المثيرة التى تنتهجها الصحافة الصفراء ، بل وطورها لفتح آفاق جديدة للتوزيع والإعلان ، وضرب بوليتزر فى المعاقل التى سيطر عليها . وكانت عين هيرست على كبار الكتاب والأدباء الذى كان بوليتزر يستكتبهم من أمثال مارك توين وأمبروز بيرس وغيرهما . فقد ارتبط القراء بهم ، خاصة مارك توين بأسلوبه الساخر والتهكمى الذى يجمع بين إثارة الضحك وإثارة التفكير فى آن واحد .

ولم تكن هناك عقود تلزم سواء صاحب الجريدة أو الكاتب أو الرسام بشروط معينة ، بل كان نظام العمل بالقطعة هو السائد فى معظم الأحايين ، وهو سلاح ذو حدين لأنه يمنح الكاتب أو الرسام حرية ترك العمل فى أى وقت يناسبه ، كما يمنح صاحب الجريدة الحرية فى الاستغناء عن أى منهما طبقًا لظروفه وشروطه ، ولذلك كان الارتباط بالمصلحة الشخصية البحتة يأتى قبل أى انتماء للمؤسسة التى ربما استغنى صاحبها عنها إذا وجد مجالاً أفضل وأكثر ربحية ليستثمر فيه رأسماله . ولم يتوان هيرست عن استخدام سلاح الأجر الأعلى ، فاستطاع أن يضم إلى جريدته كتابًا كبارًا من أمثال مارك توين ، وبالتالى ضم إليها قراءهم مما وسع دائرة توزيعه . وهو سلاح يعتبر من أهم أسلحة الصحافة الصفراء سواء فى الماضى أو المستقبل ، إذ إن نسبة توزيع الصحيفة هى أهم مقياس لمدى نجاحها أو فشلها من وجهة النظر الرأسمالية .

وهذا الرواج التجارى يتطلب دائمًا اليقظة فى رصد الأحداث والمواقف الراهنة وتحليلها للتنبؤ بالاحتمالات والتوقعات التى يمكن أن تترتب عليها . وقد تجلت هذه اليقظة فى سلوكيات كل من هيرست وبوليتزر تجاه احتمالات الحرب مع أسبانيا ، بعد أن أصبحت متوقعة إلى حد كبير . فقد كانا يؤمنان بأن حاسة الشم عند الصحفى يجب أن تكون من القوة والحدة والحساسية بحيث تلتقط الأحداث قبل وقوعها ، بالتالى لا تفاجئهم وتجعلهم عاجزين عن استيعابها ومن ثم التعامل معها . ذلك أن عنصر المبادرة هو من أهم أسلحة الصحفى الذى ينتفى دوره تمامًا إذا فقده . ولذلك كانت الحرب الأمريكية -الأسبانية هى المادة الصحفية النموذجية والجاهزة لكل أنواع الاستغلال والتوظيف . فقد بلغت شحنة المشاعر الوطنية عند الأمريكيين قمتها ، وهم يتابعون الأحداث والمعارك التى تدور رحاها على أرض كوبا . وكان اهتمام هيرست بالحرب لا مزيد عليه ، إذ وجد فيها مادة زاخرة بكل أنواع السبق الصحفى ، سواء الحقيقى منها أو المفتعل أو المبتكر . فقد

كان هناك من القصص الخبرية أو الأخبار القصصية ما يمكن إعادة صياغته ومزجه بالتوابل الصحفية المثيرة والحريفة الكفيلة بإسالة لعاب القارئ المستمتع بانفعالاته .

ولذلك كان من أهم أهداف الصحافة الصفراء ، الضرب على أوتار الخيال المشدودة داخل القارئ أكثر من التعامل الهادئ مع عقله ومنطقه . وعندما تابع بوليتزر السيرك الصحفى الذى نصبه هيرست فى جريدته ، قبل التحدى على الفور وأمر العاملين عنده ، بمنتهى الصراحة وبدون تردد ، أن يتلاعبوا بالمواد الإخبارية ما شاء لهم التلاعب ، سواء بالحذف أو الإضافة أو المبالغة أو حتى التحريف والتشويش ، فهو لا يسمح أبدًا بأن يفوته قطار الصحافة وهو الذى يصر دائمًا على أن يقود قاطرته . ولذلك حرص على اختيار القصص الخبرية التى تحمل فى طياتها مادة ميلودرامية مثيرة للانفعالات والأشجان بل الخوف والرعب ، من خلال تفاصيلها العنيفة والقاسية والبشعة بل والدموية . وقبل وقوع الحرب أرسل كل من هيرست وبوليتزر مندوبيهم ومراسليهم إلى كوبا لتمهيد الجو للقراء بما سوف يقع ، ذلك أن تشبع القراء بالإرهاصات والتوقعات والاحتمالات ، يجعلهم أكثر حماسًا وارتباطًا بها عندما تقع على أرض الاحتلال الأسبانى ، ويرهص بحرب شاملة . وكان التوجه الأمريكى فى ذلك الوقت ضد احتلال قوات أجنبية قادمة من بلاد بعيدة ، للسيطرة على مناطق متاخمة للولايات المتحدة ، وذلك بعد أن ضرب الأمريكيون المثل بانتصارهم على قوات الاحتلال البريطانى ، برغم الأصول البريطانية التى تشكل أهم الأجناس التى تتكون منها أمريكا . وهو الوضع الذى ينطبق على كوبا على أساس أن الجنس الأسبانى هو السائد فيها ، فقد أصبح الانتماء للأرض والوطن وليس الجنس والعرق . وقد عكست جريدتا هيرست وبوليتزر هذه الروح الأمريكية المتأججة من خلال القصص التى تم نسجها أو بمعنى أصح «فبركتها» للضرب على هذه الأوتار المشدودة داخل القراء الذين كانوا نهبًا لمشاعر الانتماء الوطنى ومخاوف الخسائر والمآسى التى يمكن أن تترتب على قتال

القوات الأسبانية التى كانت تنتمى فى ذلك الوقت إلى واحدة من الامبراطوريات التى تقتسم حكم العالم مع بريطانيا وفرنسا والبرتغال . ولذلك كانت المهام الصحفية والأخبار والقصص الواردة من أرض التمرد الذى مهد للحرب فى كوبا ، لا تصور الحقائق أو الوقائع التى تجرى هناك كما هى بقدر الإمكان ، وإنما تصورها على هوى القراء حتى تثير انفعالاتهم على النحو الذى يتمنونه .

وغالبًا ما كانت الحرب الأمريكية - الأسبانية توصف بأنها أول حرب إعلامية، ساهم فيها الإعلام الصحفى بقسط وافر فى تحديد مجريات الأمور من خلال خلق رأى شعبى عام يمكن أن يشكل ضغطًا على صانعى القرار ، سواء قبل اندلاع الحرب أو فى أثنائها أو حتى بعدها . فقد شهدت تسعينيات القرن التاسع عشر ، ميلاد صحافة الإثارة التى تلهث وراء الأحداث الدرامية والميلودرامية ، وإذا لم تتوافر هذه الأحداث ففى إمكانها أن تخترعها أو تفبركها . وقد أجمع كثير من المعلقين على أن الجو المحموم الذى أثارته الصحافة الصفراء ، كان فى مقدمة العوامل التى دفعت الولايات المتحدة إلى الدخول فى الحرب مع أسبانيا . وكان وليم راندولف هيرست وجوزيف بوليتزر ، النجمين الصحفيين المتألقين فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر بجريديهما الزاخرتين بكل أنواع الإثارة بل والتهييج من أحداث ميلودرامية . ومواقف رومانسية ، ومبالغات مختلقة ، وكأنها حرب الملاحم التى لم يشهد لها التاريخ مثيلاً من قبل ، فالجنود أبطال خارقون ، والقادة شخصيات أسطورية تفعل الأعاجيب ، والأمريكيون الذين نشروا الحرية فى أرجاء ولاياتهم قادرون على نشرها فى كل أنحاء المعمورة . وباعت الجريدتان ملايين النسخ ، وعادت على هيرست وبوليتزر بثروات طائلة ، فى زمن لم يكن فيه راديو أو حتى سينما . وأصبح هذا الأسلوب يعرف باسم «الصحافة الصفراء» التى انفصلت عن مصدرها الذى تمثل فى شخصية «الفتى الأصفر» ، وأصبحت تيارًا

وأسلوبًا له خصائصه المتميزة والرائجة التى أغرت دورًا صحفية كثيرة على ركوب موجته نظرًا لعوائده المالية المجزية .

ولم يترك هذا الأسلوب عنصرًا من عناصر الإثارة إلا واستغله ، سواء على مستوى الشكل أو المضمون ، ابتداء من العناوين الرئيسية التى تكتب ببنط كبير للفت الأنظار بحيث تغرى القارئ بشراء الجريدة دون تفكير أو تأمل . بل إن هذه العناوين كانت تكتب أعلى اسم الجريدة نفسه وببنط أكبر منه ، وكأن الجريدة هى مجرد نشرة لتفاصيل الخبر الذى يتضمنه العنوان . وقد أصاب هيرست ما يشبه جنون العظمة نتيجة لنجاحه المثير والضخم نتيجة لتغطيته الدرامية والميلودرامية لأحداث الحرب مع كوبا ، التى لم تعد عليه بثروة هائلة فحسب ، بل جعلت منه شخصية سياسية وقومية ورأسمالية مرموقة ، بحيث يعمل لها الرئيس الأمريكى نفسه ألف حساب . مما جعله يظن أن فى إمكانه أن يزيح أية عقبة أو مشكلة أو شخص يمكن أن يعترض سبيله . وهو ما أغرى المخرج والممثل الكبير أورسون ويلز على كتابة واخراج وتمثيل فيلم «المواطن كين» الذى صور فيه جبروت هذا الرجل ، وأحدث ضجة كبيرة عند عرضه عالميًا فى عام ١٩٤١، إذ يبدو أن الإثارة الصحفية التى ابتكرها هيرست كانت أداة جاهزة للتوظيف عند مخرج الإثارة الإذاعية والسينمائية أورسون ويلز . فلم يكن يعقل أن تكون الصحافة أكثر إثارة من السينما .

وكما كان هيرست تجريبيًا ومجددًا فى الإخراج الصحفى ، كان أورسون ويلز كذلك فى الإخراج السينمائى ، ساعدته على ذلك ، الحياة المثيرة التى عاشها هيرست وأمدت الفيلم بكل التوابل المطلوبة . وخاصة أن النجومية لم تعد مقصورة على هيرست فحسب ، بل امتدت لتشمل كل من عملوا معه من صحفيين وكتاب ورسامين ، ويكفى أن نذكر على سبيل المثال الأديب الأمريكى الساخر الشهير مارك توين ، ورسام الشرائط المسلسلة ريتشارد فيلتون أوتكولت مبتكر شخصية «الفتى الأصفر» . وكان ويلز مغرمًا بعوامل الإثارة والتشويق والغموض سواء فى

عمله فى الراديو أو المسرح أو السينما ، فإذا لم يجدها فى النص أو السيناريو ، فإنه يولدها فى أسلوبه للإخراج بمفرداته التى تتكلم بتقنيات الصورة . وكان إخراجه المبتكر للمسرحيات الكلاسيكية مثل «ماكبث» ، و«يوليوس قيصر» ، و «دكتور فاوستس» فى مسارح نيويورك ، قد هز المتفرجين هزًا شديدًا بدقات طبوله التى تقشعر لها الأبدان ، وأصوات النفير والأبواق الحادة ، والأصوات الغريبة المنبعثة من وراء الستار . وفى تمثيلياته الإذاعية ، مثل تمثيلية «نهاية العالم الآن» المأخوذة عن قصة هـ.ج. ويلز «حرب العوالم» ، التى جعلت الناس فى نيويورك يخرجون من مساكنهم لاهثين ظنًا منهم أن نهاية العالم قد حلت بالفعل . كان ويلز يبلغ قمة الإثارة والتشويق ، مستخدمًا فى ذلك مؤثرات الصدى والمرشحات والنقلات الموسيقية المقصودة ليعبر بها من مشهد إلى آخر . وكان أورسون ويلز يشترك بنفسه فى هذه التمثيليات ، ويقوم فى معظم الأحايين بدور الراوى بصوته الأجش الرنان.

والراوى فى الراديو دور قديم ومعروف ، وهو صوت المعلق الذى يعرف كل شىء ويرى كل شىء ، ويصف ويمهد لكل مسمع ، ويربط القصة ، ويدلى من وقت إلى آخر برأيه فى دوافع الشخصيات وأفكارها . أما فى السينما فلم يكن الراوى معروفًا إلا فى الجريدة السينمائية والفيلم التسجيلى ، إلى أن جاء أورسون ويلز وأدخل تكنيك الراوى فى فيلمه «المواطن كين» الذى استمد قصته من سيرة حياة هيرست التى وجد فيها من الخفايا والأسرار ما يحتم وجود الراوى للتعليق عليها وتفسيرها فى لمحات خاطفة ، لأن زمن عرض الفيلم لم يكن يحتمل إيراد كل هذه التفاصيل بأسلوب السياق السينمائى التقليدى . وقد حظى الفيلم باهتمام عالمى ضخم ، وأصبح علامة من معالم الطريق التى شقتها السينما العالمية ، سواء على مستوى الشكل أو المضمون . ذلك أن عوامل الإثارة الذى انطوى عليها المضمون كانت نابعة من شخصية وليم راندولف هيرست التى أثارت كثيرًا من الجدل المحتدم فى معظم الأوساط ، بصفته ملك الصحافة الصفراء . أما عوامل الإثارة السينمائية فى الشكل السينمائى فكانت من ابتكار أورسون ويلز ، والتى تجلت

بصفة خاصة فى التركيب الفريد للقصة المؤلفة من أربعة أقسام . وكما كانت صحافة هيرست تجريبية إلى حد كبير ، كان الفيلم تجريبيا إلى أقصى حد . فمثلاً ساعد تصوير الفيلم بعدسة الزاوية الواسعة أو العريضة (وايد انجل) على خلق الوهم بالمساحات الشاسعة ، كما استخدم الإضاءة بحيث ألقت ظلالاً عميقة على أجزاء كبيرة من الشاشة . وجعل الكاميرا تتحرك باستمرار باحثة عن هذه الشخصية المهمة المثيرة بكل أحداثها وحركاتها الباحثة عن الآفاق الجديدة .

لكن هناك فرقًا بين تجريب هيرست وتجريب ويلز . كان هيرست فى تجريبه وسعيه للآفاق الجديدة التى تعود عليه بالشهرة العريضة والثروة الطائلة ، واعيًا برغبات القارئ العادى ذى الثقافة المتواضعة والمحدودة التى تضع المنطق العقلانى تحت رحمة الإثارة الانفعالية ، أما ويلز فكان منهمكًا فى ابتكاراته السينمائية بحيث لم يلتفت لاعتبارات غيرها ، ولذلك عانى الفيلم من الإفراط فى التجريبية ، فكانت بعض اللقطات المصورة من زوايا غير عادية قد أقحمت على الفيلم لا لشىء إلا لأنها غريبة وجديدة . كما أن بعض المشاهد صورت فى ظلام يكاد يكون تامًا ، ولم تكن هنا ضرورة لذلك سوى إرضاء المخرج وكانت القصة تنتقل فجأة من مكان إلى مكان ، ومن شخصية إلى أخرى . أما التفسير النهائى فقد جاء مصطنعًا إلى أبعد حد بالنسبة لكل الخدع والمؤثرات التى استخدمت فى تقديم القصة . ولذلك كان فيلم «المواطن كين» جريئًا ومثيرًا ، هز المتفرج المثقف الشغوف بالتجريب الفنى ، لكنه لم يعجب المتفرج العادى الباحث عن الانفعال الفورى والصريح والمباشر الذى كان الهدف الاستراتيجى من صحافة هيرست الصفراء . ولذلك نأى أورسون ويلز عما يمكن تسميته بالسينما الصفراء ، أي سينما الإثارة من أجل الإثارة ، برغم أن فيلمه دار حول حياة ملك الصحافة الصفراء ، إذ يبدو أن الفنان الأصيل لا يمكن أن يتجاهل منهجه الفنى الذى يشكل منظوره إلى الحياة حتى لو عالج مضمونًا يتنافى مع هذا المنظور ، ولذلك بدلاً من أن يضع أورسون ويلز فنه

السينمائى فى خدمة سرد سيرة حياة هيرست ، وضع هذه السيرة فى خدمة فنه ، فكانت مجرد مادة خام أعاد صياغتها لإخراج عمل سينمائى فذ . ولذلك أصبح فيلم «المواطن كين» من معالم السينما العالمية ، وليس مجرد سرد سينمائى لحياة هيرست الذى يتجاهل كثير من النقاد ذكره عند التعرض لتحليل الفيلم ، وخاصة أن ويلز كنى عنه باسم آخر تجنبًا للمتاعب القانونية من أسرة هيرست ، فأصبح الفيلم ينطبق على حياة أى نجم من نجوم الصحافة الصفراء .

لكن يظل هيرست هو المنظِّر والممارس المبتكر لتقاليد الصحافة الصفراء التى تبلورت فى بوتقة الحرب مع كوبا التى بعث منها مراسلوه الذين أصبحوا من نجوم الصحافة الأمريكية ، قصصًا صاغوها خصيصًا للضرب بعنف على الأوتار المشدودة داخل قلوب الأمريكيين ، وهى تصف بالتفاصيل والألوان المتخيلة ، الأهوال التى تشهدها ساحة المعركة فى كوبا مثل اغتصاب السجينات الجميلات ، وعمليات الإعدام رميًا بالرصاص ثم رائحة الشواء المنطلقة من الجثث المحترقة ، والمتمردين المغاوير الذين يخترقون حومة الوغى لطعن الأسبان بنصل السونكى أو رميهم بالرصاص ، والمناطق التى يتضور فيها النساء العجائز والأطفال جوعًا حتى الموت ، والمياه التى تم تسميمها والجثث الملقاة إلى جوارها وقد أفرغت ما فى جوفها ، والدماء التى تحولت إلى طلاء يغطى بعض الجدران وسيقان الأشجار وأعواد القمح فى الحقول ، وأنين الجرحى الذين لا يتوقفون عنه إلا عندما يلفظون أنفاسهم الأخيرة ، والمبارزات الدامية التى تدور بين الجنود بالسيوف عندما تفرغ جعبتهم من الرصاص ... الخ .

كل هذه القصص والأخبار نشرتها جريدة هيرست ، والحرب الفعلية أو الحقيقية لم تبدأ بعد ، إذ لم تتعد الأمور فى تلك الفترة المناوشات والتحرشات والكر والفر المفاجئين وغير ذلك من أساليب حرب العصابات التقليدية ، لكن الحبة فى صحف هيرست لابد أن تصبح قبة بقدرة قادر . لكن القلق اجتاح ملك

الصحافة الصفراء عندما وجد أن سير الأمور على هذه الوتيرة شبه الرتيبة قد يعرى مبالغاته التى تصل إلى مستوى الأكاذيب الصغيرة ، وتحول قلقه إلى خوف من أن يكتشف القراء أنه كان يستهين بعقولهم ، عندئذ لابد أن يهوى من قمة المجد والشهرة التى يتربع عليها إلى قاع المهانة والنسيان . صحيح أن مراسليه كانوا المصدر الوحيد للأنباء المنشورة فى جريدته ، إذ لم يكن أحد من المواطنين الأمريكيين ليذهب إلى جزيرة كوبا المشتعلة ، لكن من يدرى ؟! فربما أتت الرياح مع الأيام بما لا تشتهى السفن ، لأن دوام الحال من المحال ، فتتوالى الأنباء الحقيقية بلا مبالغة مع الجنود المصابين من الأمريكيين العائدين إلى أرض الوطن .

ظل هيرست يتمنى أن يشارك فى صنع حدث يجعل من الحرب واقعًا مدويًا بالفعل ، بحيث يغطى مبالغات وأكاذيب صحافته بقصة ملحمية تطرد النوم أو النعاس من جفون القراء بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة ، لكن الفرصة لم تسنح له وظل فى انتظارها على أحر من جمر . وبالفعل لم يتخل عنه حظه إذ تم إغراق السفينة الحربية «مين» فى ميناء هافانا ، فجاءت إليه القصة الملحمية المثيرة التى كثيرًا ما تمناها وحلم بها . فقد كان هذا الحدث بمثابة المدخل الواسع للحرب الفعلية الشاملة . ولم يتخلف لحظة واحدة عن انتهاز الفرصة المواتية ، فطلب من مراسليه وكتابه أن يتحولوا إلى الزبانية الذين سيشعلون جحيم الحرب ، وأن يجعلوا من أقلامهم السهام أو الرياح المسمومة فى قلوب الأسبان .

فبعد غرق السفينة «مين» ، صبت صحف هيرست جام غضبها ولومها على رؤوس الأسبان ، متهمة إياهم بجريمة إغراق السفينة ، دون أى دليل مادى ملموس يدعم هذا الاتهام . وكأن هيرست يريد جنازة لكى يشبع فيها لطمًا !! ومع غياب الدليل على الاتهام ، كان من الممكن أن تموت الحملة الصحفية من تلقاء نفسها ، لكن الضرب بشدة على أوتار الانفعالات القومية المشدودة ، وشحن النفوس ضد الأسبان بطريقة ديماجوجية ، ذلك أن الصحافة الصفراء تميل دائمًا إلى الأساليب

الغوغائية التى تبث فى الجماهير روح القطيع فتنطلق إلى الأهداف المحددة سلفًا دون تفكير أو تأمل أو تعقل . وبالفعل تكون رأى عام متنام ومتصاعد مطالبًا الحكومة بالتدخل العسكرى الفورى ، مما وضع الحكومة فى حرج تحول إلى ضغط ، كان لابد أن تتخلص منه بطريقة أو بأخرى .

وقد اصطلح المؤرخون والإعلاميون فى دراساتهم على أن الحرب الأمريكية الأسبانية كانت أول حرب استطاعت أن تشعلها الصحافة الصفراء بضغوطها الغوغائية التى ورطت كل الأطراف المعنية فيها . لكن من المبالغة بمكان أن يدعى أحد أن هيرست وغيره من رواد الصحافة الصفراء هم الذين بدأوا الحرب ، إذ إن الموضوعية تحتم القول بأن دور الصحافة اقتصر على صب الزيت على مشاعر الجماهير المتشوقة للحرب أصلاً . وربما ساهمت الصحافة الصفراء فى ترسيخ هذا الشوق وتنميته بمبالغاتها وأكاذيبها التى نشرتها حول أحداث التمرد والتحرشات وحرب العصابات التى سبقت الحرب الشاملة ، لكن يظل المناخ العام والأحداث المتواترة والمتصاعدة بمثابة الدافع الأساسى الذى أدى إلى وقوع الحرب فى النهاية . ومع ذلك لابد من الاعتراف بأنه بدون العناوين الرئيسية التى حرصت على تصعيد الإثارة الانفعالية لدى الجمهور باختلاق الأخبار والقصص التى تناولت مجريات الأمور فى كوبا ، لكان المناخ النفسى العام فيما يتصل بالتدخل العسكرى فى كوبا مختلفًا إلى حد كبير . وبذلك أثبتت الصحافة الصفراء أنها يمكن أن تملك قوة تأثير جماهيرى أعمق وأوسع من تلك التى تملكها الصحف التى تلتزم بالمصداقية الخبرية والفكرية . وبالفعل فإنه مع مطلع القرن العشرين ، صعد نجم الولايات المتحدة كقوة عالمية لابد أن يحسب لها كل حساب ، ومعها برزت الصحافة الأمريكية كمؤسسة لها نفوذ لا يمكن تجاهله .

وهناك قصة عن هيرست تبدو كالأسطورة لأن الأقوال تضاربت بشأنها ، وربما لم يكن لها أى نصيب من الصحة ، ومع ذلك فهى تدل على مدى النفوذ الواسع

والعميق الذى مارسته صحافة هيرست على مجريات السياسة الأمريكية بصفة عامة ، وصناعة القرار بصفة خاصة . وتدور هذه القصة حول برقيات متبادلة بين هيرست والرسام فريدرك ريمنجتون الذى أرسله هيرست إلى كوبا لمتابعة التحرشات والاشتباكات بين المتمردين وبين القوات الأسبانية المحتلة ، سواء بالصورة أو الكلمة ، فى انتظار أن تنقلب إلى حرب شاملة . ويقال إن هيرست أقسم فى إحدى برقياته أنه سيشعل نار الحرب بين الولايات المتحدة وأسبانيا . وجاءت الظروف المواتية بغرق السفينة الحربية الأمريكية «مين» ، مما أدى إلى اندلاع الحرب الأمريكية الأسبانية فى عام ١٨٩٨ ، وتسميتها «بحرب السيد هيرست» . وبصرف النظر عن مصداقية هذه القصة ، فإن الأقوال التى دارت حولها تدل على مدى التأثير المدمر الذى يمكن أن تفتعله الصحافة الصفراء على أعلى المستويات ، أو كما كان هيرست يسميها «الصحافة الجديدة» . ذلك أن هيرست طلب من ريمنجتون أن يمده بصور ورسوم ومادة إخبارية مشتعلة ، مقابل أن يمده هو بحرب مشتعلة بالفعل . ومع اندلاع الحرب تصور الجمهور أن هيرست قد أشعلها وفاءً بوعده الذى قطعه على نفسه فى برقيته إلى ريمنجتون . وقد ساعد فيلم «المواطن كين» على ترسيخ هذه الأسطورة ، عندما أظهر هيرست كرجل تهكمى وساخر ومدير لا يعرف الرحمة فى استغلاله لمن يتعامل معهم ، ولذلك صدق الجميع أنه هو الذى أشعل الحرب مع أسبانيا . وقد أكد الفيلم هذه الملامح والأحداث ، مما جعلها نوعًا من المعلومات المفروغ منها .

ويبدو أن الشائعة فى بعض الأحايين تملك من قوة الرسوخ والانتشار ما لا تملكه الحقيقة أو الواقع ، خاصة إذا كانت الشائعة مثيرة للخيال وزاخرة بالتوابل الصحفية مثل عملية أن شخصًا بمفرده يستطيع أن يشعل حربًا . وكان من الطبيعى أن يستغل أورسون ويلز هذه التوابل الصحفية والسينمائية أيضا فى فيلمه «المواطن كين» ، بحجة أنه لا يسجل تاريخًا وإنما يبدع فنًا ، فلابد أن يبهر المشاهدون ببطل

الفيلم الذى يستطيع أن يأتى بمثل هذه الأعاجيب المذهلة . وكان نتيجة لذلك أن ارتبطت الحرب الأمريكية - الأسبانية باسم هيرست ، فاذا ذكر أحدهما ، ذكر الآخر أيضًا ، برغم أن هناك أكثر من دليل منشور على اعتراف هيرست بأنه لم ينطق أبدًا بأنه سيصطنع الحرب أو أنه اصطنعها . وهو صادق فى هذا ، لأنه من المؤكد أن لولا انفجار السفينة الحربية الأمريكية «مين» وغرقها فى ميناء هافانا ، لكانت الأمور قد اتخذت مسارًا آخر ، ولم تكن الحرب لتقع . ولا يزال غرقها أمرًا غامضًا ، فلا أحد يعرف إذا كان الانفجار عملاً من أعمال الحرب أو التخريب ، أو أنه حدث لم يتسبب فيه أحد ، لكن العبرة فى النهاية بأنه كان الحدث المفاجئ الذى أوقع الأمريكيين فى حرب مع الأسبان فى كوبا .

وإذا تتبعنا الجذور المبكرة للصحافة الصفراء ، سنجد أنها تسبق ظهور المصطلح نتيجة للمعركة التى دارت بين هيرست وبوليتزر حول شخصية «الصبى أو الفتى الأصفر» ، إذ يبدو أن حب الإنسان للإثارة الطاردة للرتابة والملل ، خاصية جوهرية فى شخصيته ، ويمكن أن تفرض نفسها على أى مجال من مجالات الحياة . ولذلك بدأت صحافة الإثارة والتهييج فى الظهور وفرض نفسها ، قبل اشتغال هيرست وبوليتزر بها . ولذلك فإن موطنها المبكر كان لندن وليس نيويورك ، حيث انتشرت وسط جمهور عريض من الطبقة الأرستقراطية والطبقة الوسطى فى لندن . وكان فى مقدمة هذه الصحف مجلة «أخبار البوليس المصورة» الحافلة بالتقارير والقصص الإخبارية المرعبة ، والصياغات الدموية الجديدة لجرائم جاك السفاح . وأية نظرة على صحف اليوم فى مطلع القرن الحادى والعشرين ، توضح أن صحافة الإثارة والتهييج، كانت ولا تزال وستظل ، خاصية أساسية من خواص الصحافة بصفة عامة ، برغم مرور حوالى قرن على اندثار جريدتى هيرست وبوليتزر . وإذا كان الإطار الزمنى الذى أدت تفاعلاته فى أواخر القرن التاسع عشر إلى الميلاد الكبير للصحافة الصفراء ، قد طواه التاريخ وأصبح من ذكريات الماضى ، وإذا كان العاملون فى حقل الصحافة الآن

أكثر دقة وأمانة من الذين سبقوهم ، فإنهم لا يزالون يميلون إلى التعامل مع قلوب القراء واثارة انفعالاتهم أكثر من حرصهم على مخاطبة عقولهم بالمنطق والموضوعية .

ويتتبع بعض مؤرخى الصحافة جذور الصحافة الصفراء إلى عصر الثورة الصناعية التى قدمت تسهيلات وتطورات تكنولوجية للإنتاج الصحفى بحيث أصبح من الممكن طبع آلاف النسخ فى ساعات قليلة . كذلك فإن انتشار التصنيع وتمركزه فى مدن بعينها ، سهل من عملية توزيع الصحف بأعداد ضخمة فى مناطق ومساحات صغيرة نسبيًا . وبالإضافة إلى ذلك فإن التصنيع استدعى وضع برامج تعليمية لتدريب العاملين والعمال ، مما قضى على نسبة كبيرة من الأمية ، وأدى بدوره إلى مضاعفة أعداد القراء ، وجعل من الصحافة تجارة رائجة ومربحة ، خاصة الصحافة الصفراء التى تخاطب قطاعات عريضة من القراء ، خاصة أنصاف المتعلمين منهم ، من خلال إثارة انفعالاتهم وأشجانهم ، وخلق أجواء تعوض النقص الذى يعانون منه فى حياتهم العملية . وظلت الصحافة الصفراء فى منتهى اليقظة لأى تطور تكنولوجى جديد يمكن أن يمنحها دفعات أو قفزات إلى الأمام ، بحيث أصبحت شبكة الإنترنت لعبتها المفضلة بمجرد ظهورها وانتشارها . فلم تعد القصة الخبرية المثيرة فى حاجة إلى طباعتها كى تنشر وتنتشر . كذلك فإن أدوات الحرفة مثل أجهزة الإرسال والاستقبال والطبع الكومبيوترية ، وكاميرات الفيديو ، والكاميرات الرقمية وغيرها أصبحت متاحة بالتدريج سواء من ناحية الثمن أو الكفاءة التى تتطور بسرعة مذهلة ، مما أدى إلى عولمة عملية المعرفة والإطلاع والقراءة بل والكتابة أيضًا ودخول الصحافة الصفراء مجال العولمة الإعلامية ، مثل دخول السكين فى الزبد ، بحيث اكتسحت مناطق شاسعة كانت تسيطر عليها الصحافة الجادة والرزينة فى مجالات السياسة والثقافة والاقتصاد والاجتماع ، لدرجة أن عددًا كبيرًا من الصحف التى اشتهرت بعراقتها ووقارها ، لجأت إلى استخدام بعض أساليب وحيل الصحافة الصفراء حتى تثبت فى مواجهة هذه الأعاصير التى لا تهدأ .

الفصل الثانى

ملامح الخلفية التاريخية

كانت الصحافة الصفراء جزءًا لا يتجزأ من الخلفية التاريخية التى واكبت الصحافة الأمريكية بصفة عامة عبر قرن من الزمان وهو القرن العشرون على وجه التحديد . ولا يوجد كتاب تناول تاريخ الصحافة الأمريكية بالرصد والتسجيل والتحليل والدراسة ، دون أن يكون فيه للصحافة الصفراء نصيب الأسد ، خاصة التيارات وقوى الدفع التى أحدثها كل من جوزيف بوليتزر (١٨٤٧ - ١٩١١) ، ووليم راندولف هيرست (١٨٦٣ - ١٩٥١) ، بصفتهما الرائدين اللذين جعلا من الصحافة الصفراء نقطة تحول مصيرية فى مسيرة الصحافة الأمريكية بصفة خاصة ثم الصحافة العالمية بصفة عامة .

ظهرت الصحف فى أمريكا ابتداء من عام ١٦٩٠ على وجه التحديد ، حين كانت تجمع يدويًا وتطبع على نشرات محلية لاتهتم إلا بمجريات الأمور فى المنطقة أو المدينة التى تصدر فيها . وكانت مقصورة على المدن الكبيرة مثل نيويورك وشيكاغو وسان فرانسيسكو أو المناطق التى تعيش فيها تجمعات تجارية أو عمالية . وكانت صفحاتها تتراوح بين أربع وست صفحات ، ولا يتجاوز توزيعها حدود المنطقة التى تصدر فيها . أما عدد هذه الصحف المبكرة فلم يزد على خمس أو ست صحف فى أمريكا كلها ، إلا إذا كانت هناك صحف قد اندثرت دون رصد أو تسجيل أو حفظ .

وكان ريتش كاميرون قد أصدر دراسة عام ٢٠٠٠ بعنوان «تاريخ الصحافة» ، قسم فيها هذا التاريخ إلى خمس مراحل حتى ظهور الصحافة الصفراء وتبلور أساليبها ومناهجها منذ مطلع القرن العشرين . فهو الذى حدد بدايتها الفعلية بعام

١٦٩٠ حين كان عدد الصحف لا يتعدى أصابع اليد الوحدة ، ثم مرحلة ما قبل الثورة الأمريكية التى حدد بدايتها بعام ١٧٧٠ حين بلغ عددها خمساً وثلاثين صحيفة ، ثم مرحلة ما بعد الثورة التى بدأت فى عام ١٧٧٥ ، وبلغ فيها عدد الصحف خمساً وخمسين صحيفة ، استطاعت أن ترسخ بعض تقاليد العمل الصحفى الجديد سواء على مستوى المضمون أو الشكل . ثم مرحلة ما قبل صحافة التعريفة أو نصف القرش Pre - Penny Press التى بدأت فى عام ١٨٢٠ ، والتى مهدت بعد ذلك لظهور الطبعات الشعبية الرخيصة وبأعداد ضخمة . ثم تأتى المرحلة الخامسة والأخيرة فى تقسيم ريتش كاميرون التى تبدأ بعام ١٩٠٠ ، وهى مرحلة ما بعد الحرب الأهلية حين بلغ عدد الصحف ١٩٦٧ صحيفة . وباستثناء تحديد ١٦٩٠ بصفته أول عام ظهرت فيه الصحافة الأمريكية ، فإن كاميرون يوضح فى دراسته أن كل الأرقام الخاصة بأعداد الصحف الصادرة فى هذه المراحل ، وتحديد سنوات بدايتها ونهايتها ، كلها أرقام تقريبية إلى حد ما ، لأنه من الصعب حسمها بأرقام حسابية غير مرنة . خاصة أن الصحافة الأمريكية لم تنطلق إلى آفاقها المعاصرة إلا مع مطلع القرن العشرين ، أى مع تبلور الصحافة الصفراء التى كانت بدورها نقطة تحول مصيرية فى تاريخ الصحافة بصفة عامة .

مع عام ١٩٠٠ على وجه التقريب بدأ عصر جديد للصحافة الأمريكية فى التبلور والتحدد ، عرف باسم «الصحافة الجديدة» ، التى كانت جديدة بمعنى الكلمة ، سواء فى مجال الطباعة والورق والإخراج الصحفى أو فى مجال تحرير الأخبار ، أو كتابة الأعمدة ، أو صياغة المقالات ، أو رسوم الشرائط المسلسلة أو الكاريكاتير أو الزنكوجراف ... الخ . كان عصراً زاخراً بالحيوية والابتكار والتجريب والتنويع والتجديد والتطوير ، مما أدى إلى جذب أكبر عدد ممكن من القراء الجدد الذين برزوا على الساحة وتكاثر عددهم ، نتيجة لازدهار الطبقتين الرأسمالية والوسطى ، وارتفاع مستوى المعيشة بصفة عامة ، وازدياد القدرة الشرائية مع انخفاض نسبة الأمية ، وسير أصحاب دور الصحف على النهج الذى أسسه ورسخه كل من جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست .

وتتمثل العناصر الأساسية التى تشكل هذا النهج فى أن تستقل كل صحيفة بشخصية مستقلة ومميزة لها ، سواء فى إخراجها الصحفى الذى يجعل القارئ يتعرف عليها عند بائع الصحف بمجرد أن تقع عينه عليها لأول مرة وحتى دون أن يقرأ عنوانها . كذلك يجب أن يكون سعر الصحيفة فى متناول الجميع ، لأنه كلما ازداد التوزيع كان من الممكن تخفيض سعرها ، ذلك أن العلاقة بين توزيع الصحيفة وسعرها علاقة طردية . كما أن أسلوب تحرير الصحيفة يلعب دوراً ضرورياً فى ترويجها ، فكلما كان أسلوبها سلساً ومتدفقاً بالمعانى والمشاعر فى بساطة ، ارتبط بها القارئ فى علاقة حميمة ناتجة عن المتعة التى يمارسها فى قراءتها دون معاناة أو ضيق . لكن هذه السهولة لا تعنى السطحية أو التفاهة ، بل تعنى السهل الممتنع . وقد أثبت تاريخ الصحافة أن أسلوب معظم كبار الكتاب الصحفيين كان يتميز بهذه السهولة الممتعة .

أما الصحيفة ذات النبرة الهجومية ، فقد ثبت أن القراء يقبلون على شرائها بحماس لأنها تشبع ما يدور بداخلهم من رفض أو شجب أو نقد أو هجوم على أوضاع معينة مرفوضة ، وكأنها لسان حالهم . فهذه النبرة تعد من أهم التوابل الصحفية التى تفتح شهية القراء - العاديين بصفة خاصة - للقراءة ، وهى متاحة فى دولة ديمقراطية مثل الولايات المتحدة . أما فى الدول الديكتاتورية ، فهذه النبرة يمكن أن تؤدى إلى غلق الصحيفة أو سجن بعض صحفييها ، وإذا لم تكن ممارستها متاحة ، فعلى الأقل يمكن الظهور بمرونة ودبلوماسية ، بمظهر الرأى المستقل الموضوعى الذى يبلور توجه الصحيفة دون الدخول فى صراعات مع آراء أخرى ، وهذا التوجه يكتسب احترام القراء فى معظم الأحايين .

لكن نهج بوليتزر وهيرست لم يكن بهذا الوقار وهذه الرزانة ، وذلك لسعيهما المحموم لتحقيق هدفين استراتيجيين لم يحيدا عنهما ، وهما الحملات الصحفية التى لا تهدأ ، و «الخبطات» الصحفية التى تجعل المبادرة دائمًا فى يد الصحيفة . ذلك أن هذين العنصرين يمنحان الصحيفة حيوية وجاذبية تجعلان

رواجها أمرًا مؤكدًا . بل إنهما تطرفا إلى حد جعل هذه الحملات والخبطات هدفًا فى حد ذاتها ، ولا مانع من ابتكارها أو اختراعها من حين لآخر ، إذا لم يكن هناك موضوع أو موقف أو حدث يمكن أن يشكل مادة خام أو قوة دفع لها ، لكن بشرط أن تكون متقنة ومسبوكة وخالية من الثغرات ، لأنه ويل للصحيفة التى يكتشف القارئ أنها تستهين بعقله . ومن هنا كانت ضرورة الإيحاء المستمر بمصداقية الآراء والتوجهات التى تبثها الصحيفة ، وذلك عن طريق صنع توليفة مبتكرة ومتقنة من الوقائع الفعلية والأمانى المنشودة ، بين ماهو كائن وما يجب أن يكون ، بين الحقائق والأحلام ، بحيث لا يدرك القارئ حدود هذا من ذاك ، فتختلط عليه الأمور ويعجز عن الفحص والتحميص ومن ثم التكذيب . وبالتالى تظل مصداقية الأخبار والتفسيرات مصونة لا تمس ، حتى لو كانت مصداقية مصطنعة أو مفتعلة .

كان السلاحان اللذان حرصت عليهما الصحافة الجديدة الأمريكية بصفة عامة فى مطلع القرن العشرين ، والصحافة الصفراء بصفة خاصة ، هما الإخراج الصحفى المتقن والجذاب لعين القارئ ، والمضمون المثير الذى يفتح آفاقًا جديدة أمام القارئ فيسعد أو يعتز بادراكه لها . وهذه العناصر أو الأسلحة تشكل ما يشبه الأرض المشتركة للصحافة الحديثة سواء أكانت صحافة محافظة وعريقة أم صحافة صفراء تسعى للاثارة والرواج . ولذلك فالحدود بينهما ليست متبلورة أو مقننة ، فإذا كانت هناك صحف صفراء تمثل هذا التوجه بكل ما يعنيه من أشكال ومضامين فإن هناك عناصر أو تيارات صفراء يمكن أن تلجأ إليها الصحافة المحافظة والرزينة لزوم أسرار الحرفة . فالصحافة الصفراء فى النهاية ليست وصمة ، خاصة إذا كانت تلجأ إلى عناصر الإثارة والتشويق والضرب على الأوتار الانفعالية دون التورط فى حيل التضليل الإعلامى وأحابيل الكذب والخداع . وخاصة أن المناخ الصحفى الأمريكى فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر والعقد الأول من القرن

العشرين ، كان حافلاً بإثارة لا حدود لها ، وهى الإثارة التى بلغت قمتها فى العشرينيات منه وهى العقد الذى عرف باسم «العشرينيات المجنونة» ، والصحافة الصفراء كانت واجهة صادقة ودقيقة لهذا الجنون أو الحمى أو السعار المتصاعد .

ونظراً للحرية التى تتمتع بها الصحافة الأمريكية فى بلد يحرص دائمًا على واجهته الديمقراطية ، فإن الصحافة الصفراء وجدت كل الفرص سانحة للانطلاق إلى أى أفق تريد أن تبلغه بلا عائق أو عقبة أو رقابة تحد من سرعتها . وهو مناخ يسهل من انتقال الحمى أو العدوى إلى صحف كثيرة ، خاصة تلك التى تنوء بقيود العراقة أو الوقار أو المحافظة أو الرزانة ، مما يجعلها تعانى من ضيق دائرة توزيعها ، وقلة الإعلانات التى تنشر فيها ، وذلك فى مواجهة صحافة تتلاعب بالانفعالات الساخنة للجماهير وتحصل على نصيب الأسد من التوزيع والإعلانات . فقد ثبت دائمًا أن العقلانية تخسر كثيراً فى مواجهة الطاقات والشحنات الانفعالية لدى السواد الأعظم من الجمهور . قد تكسب العقلانية احترام الصفوة المثقفة ، لكنها تخسر فى الوقت نفسه الرواج التجارى بما ينطوى عليه من تدفق رؤوس الأموال التى تعد المعيار الفعلى لنجاح الصحيفة أو فشلها . والسلطة فى النظام الرأسمالى ليست على استعداد لدعم أو مساندة أية صحيفة ماليًا إذا كانت على وشك الإفلاس ، مهما كان تاريخها عريقًا ، وسجلها زاخراً بالصدق والتنوير والتثقيف واحترام عقل القارئ . وكم من صحف أمريكية عريقة أفلست وأغلقت أبوابها واندثرت دون أن تعلق السلطة أو الإدارة على هذا الانهيار مجرد تعليق عابر ، إذ إن الموضوع لا يهمها فى كثير أو قليل . فمن لا يستطيع الصمود فى السباق الرأسمالى المحموم ، فليس أمامه سوى أن يسقط فى المضمار ليدوسه الآخرون دون أن يشعروا به فى جريهم اللاهث .

من هنا استطاعت الصحافة الصفراء فى الولايات المتحدة أن تزدهر ، بل وتغرى الصحافة فى البلاد الأخرى بمحاكاتها ، لأنها فهمت واستوعبت قواعد

اللعبة السياسية والاقتصادية فى النظام الرأسمالى الأمريكى . فليست هناك مثل عليا أو تقاليد عريقة تضع نفسها فى خدمتها حتى لو أدت إلى خرابها ، وإنما هناك حيل وألاعيب وابتكارات وقفزات تضع نفسها فى خدمة السبق الصحفى بأى ثمن . ولذلك تعد الولايات المتحدة هى مهد الصحافة الصفراء التى صدرتها إلى العالم بعد ذلك ، ففيها كل الرواد الذين وضعوا تقاليدها وآلياتها ، وبلوروا أساليبها ومناهجها التى جعلت من الإثارة والتهييج والتلاعب بمشاعر الجماهير ، علماً وفناً فى مجال تغطية الأخبار وصياغتها بصفة خاصة . ولم يعد هناك أى حرج أو حساسية فى تحويل المجال الصحفى إلى سوق أصبحت فيه الصحف والجرائد والمجلات مجرد سلع خاضعة لقوانين العرض والطلب ، وسط منافسة محمومة لا تتأخر عن استخدام كل حيل الخداع والتضليل الإعلامى ، ولا تبحث عن الحقيقة بل تلهث وراء كل أنواع الإثارة والتهييج والتسلية وغير ذلك من الوسائل الكفيلة بزيادة التوزيع الذى يؤدى بدوره إلى زيادة الإعلانات المنشورة .

وحتى لا تتهم الصحافة الصفراء بالكذب والتضليل كتهمة تقليدية متكررة يمكن أن تضعف ثقة القراء واقبالهم عليها بالتدريج ، فقد كان السبق الصحفى هو طوق النجاة الذى تعلقت به لإعلان مصداقيتها أمام الجميع ، لأنه يحمل فى طياته أسراراً أو حقائق فعلية اكتشفها الصحفى أو المخبر أو المراسل بنفسه قبل أن يدركها الآخرون ، وبذلك تحرز الصحيفة قصب السبق بتقديمها الأسرار والحقائق المثيرة لأول مرة لقرائها . فقد أصبح المخبرون الصحفيون يقومون بدور المخبرين البوليسيين ، فيحلون الدوافع والألغاز المحيرة فى مختلف الجرائم قبل أن يصل إليها رجال الشرطة ، ويسارعون بتقديم أخبارها المثيرة لقرائهم . ووسط هذا السباق المحموم لتحقيق «الخبطة» الصحفية ، فإن أخلاقيات صحفية رفيعة يمكن أن تنتهك فى هذا المضمار ، وفى مقدمتها إخفاء أو محو الدليل المؤدى إلى حل لغز الجريمة ، حتى لا يعثر عليه الآخرون ويفوزوا بالسبق الصحفى المنشود . ذلك أن قوانين السوق هى التى تحكم صراعات الصحافة الصفراء ، وكما يحتكر التاجر الماهر سلعة ما لا يستطيع الآخرون

الحصول عليها ، فإن من حق المخبر أو المراسل أو المندوب الصحفى الماهر أن يحتكر الأسرار أو الألغاز ، وأن يتسلل إلى الدهاليز والكهوف الغامضة المعتمة حتى يخرج منها وفى جعبته مالا يعرفه الآخرون ليقدمه لقرائه على طبق من فضة .

وكان القطبان الصحفيان الكبيران اللذان أرسيا هذه القواعد أو التقاليد لهذا السباق الصحفى اللاهث المحموم هما جوزيف بوليتزر (١٨٤٧ - ١٩١١) ووليم راندولف هيرست (١٨٦٣ - ١٩٥١) . فهما شخصيتان مثيرتان للجدل الذى لم يتوقف حتى الآن ، ومازالت الدراسات تصدر عنهما ، وهى تتراوح بين عظيم الإعجاب والاحترام والتبجيل وبين عظيم الشجب والرفض بل والاحتقار . ومهما استمرت التناقضات الصارخة فى مجل تقييمهما ، فقد تركا بصماتهما واضحة بل وغائرة ، ليس فى المنظومة الصحفية الأمريكية فحسب بل فى المنظومة الصحفية العالمية لأن ريادتهما كانت بمثابة إغراء لا يقاوم لكثير من الصحفيين وأصحاب دور النشر فى شتى أنحاء العالم . وسار كبارهم أو نجومهم علي نهج بوليتزر وهيرست دون أن ينالهم الهجوم أو التحقير الذى تعرضا له فى معظم مراحل نشاطهما الصحفى المتأجج ، منهم على سبيل المثال تيد تيرنر وروبرت ميردوخ وغيرهما ممن يطلق عليهم لقب أباطرة أو «لوردات الصحافة» الذين غطت أنشطة إمبراطورياتهم الصحفية العالم أجمع فى كل لحظة من لحظاته . وكان الفضل فى هذا التفوق الصحفى المبهر يرجع إلى سيرهم على نهج كل من بوليتزر وهيرست ، بالإضافة طبعًا إلى توظيفهم التطورات التكنولوجية التى أصبح تقدمها يحسب بالساعات وليس بالأيام أو الشهور أو السنوات ، والتى كانت من أهم القواعد التى انطلقت منها العولمة الإعلامية بصفة خاصة ، وتيارات العولمة السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والفكرية بصفة عامة .

ولنبدأ بتتبع خطى جوزيف بوليتزر التى جعلته من أعظم رواد الصحافة الأمريكية . فهو من مواليد المجر فى وقت أصبحت فيه الولايات المتحدة أرض

الفرص السانحة للنجاح والتفوق وتحقيق الطموحات التى يصعب تحقيقها فى بلاد أخري ، فهاجر إلى نيويورك بحثًا عن المغامرة وبلوغ الآفاق الجديدة . وبدأ حياته العملية هناك بالخدمة لمدة قصيرة فى كتيبة الفرسان الأولى التابعة لولاية نيويورك . ثم بدأ حياته الصحفية بالانتقال إلى مدينة سانت لويس حيث عمل مراسلاً لصحيفة ألمانية يومية كان اسمها «ويستلينج بوست» ، بحكم إجادته للغة الألمانية ، وتمركزه فى مدينة عرفت باسم «البوابة الذهبية إلى الغرب» ، إذ كانت سانت لويس مدينة محورية فى تعمير الغرب الأمريكى لموقعها الاستراتيجى على شبكة الطرق بين الشرق والغرب .

ولم يتوقف طموح بوليتزر عند حدود ثابتة ، بل سرعان ما هجر المراسلة الصحفية إلى العمل بالشئون السياسية المحلية ، فبدأ المسيرة بتعيينه عضوًا فى المجلس التشريعى لولاية ميزورى ، ثم أصبح واحدًا من ثلاثة مفوضين أو مندوبين للشرطة فى سانت لويس . وفى عام ١٨٧١ أصبح شريكًا فى ملكية جريدة «بوست» ، لكنه سرعان ما باع نصيبه ليرحل إلى الخارج ويتعرف على أحوال عالمه المعاصر برؤية شاهد عيان . فقد كان يؤمن بأن قراءة الحياة أخطر وأهم من قراءة الكتب التى هى بمثابة المعلبات التى تحفظ فيها المعلومات والمعارف ، ويمكن أن يتجاوزها الزمن ، لكن قراءة الحياة تعد بمثابة المصدر الضرورى للمعلومات الطازجة بكل حيويتها وسخونتها .

وعاد إلى سانت لويس بكل خبراته التى اكتسبها فى جولاته ورحلاته فى الخارج ، ليشترى فى عام ١٨٧٨ جريدة «سانت لويس ديسباتش» التى كانت على وشك الإفلاس ، واستطاع أن يوقفها على قدميها مرة أخرى ، ومع اصراره الدائم على النجاح والتفوق جعل منها واحدة من أنجح الصحف وأكثرها رواجًا وازدهارًا فى الغرب الأمريكى . ومن خلال أعمدتها التى كان يحررها مع كتاب صحفيين اختارهم بنفسه ، قام بحملة صحفية ضخمة ضد الفساد فى سانت لويس . ومن

الحوادث الميلودرامية التى ارتبطت بهذه الحملة ، أن محاميًا مرموقًا ممن تم فضح معاملاتهم وعلاقاتهم المشبوهة والفاسدة ، اقتحم مكتب مساعد بوليتزر فى أثناء غياب بوليتزر عن المدينة ، ووقعت مشادة حادة بينهما انقلبت إلى معركة عنيفة تم فيها تبادل الضربات واللكمات والركلات والقاء المقاعد وغيرها من الأشياء الصلبة ، وعجز الزملاء عن فض الاشتباك الذى لم ينته إلا بمقتل المحامى رميًا بالرصاص من مسدس مساعد بوليتزر ، مما أشعل شعورًا معاديًا لبوليتزر سيطر على سانت لويس لمدة سنوات ظل فيها الأهالى يرددون هذه الحادثة ويصبون اللعنات على رأس بوليتزر .

لكن بوليتزر لم يكن من الذين يفقدون زمام المبادرة من أيديهم أبدًا ، أو من الذين يعتذرون عن ذنب لم يكن له فيه يد ، أو من الذين يضعون أنفسهم تحت رحمة الآخرين . وكان يكره مناطحة الصخر ، أو إضاعة الوقت فى إصلاح ما يصعب إصلاحه . كانت ثروته الحقيقية تتمثل فى الوقت والجهد ، ولم يكن على استعداد للتفريط فيهما على الإطلاق . ولذلك سرعان ماشد الرحال مرة أخرى إلى نيويورك حيث اشترى صحيفة «نيويورك وورلد» من جاى جولد . وفى أقل من سبع سنوات ارتفع توزيعها من أقل من عشرين ألف نسخة إلى أكثر من مائتى ألف نسخة ، وهو رقم قياسى بمعايير النصف الثانى من القرن التاسع عشر ، لدرجة أن الصحيفة وصفت بأنها منجم ذهب لا ينضب .

ونظرًا لأن الولايات المتحدة هى أرض الفرص السانحة للتفوق والنجاح ، فهى أيضًا أرض التحديات والتهديدات التى لا تتوقف . ففي عام ١٨٩٦ حل وليم راندولف هيرست بمدينة نيويورك ليشترى صحيفة «نيويورك جورنال» التى ازدهرت على يديه ، وشرعت فى تحدى السيادة المطلقة التى تمتع بها بوليتزر . وبرغم ارتباط اسم بوليتزر بحيل الصحافة الصفراء وألاعيبها ، فإنه كان يكن احترامًا للحقيقة والواقع ويتعامل معهما على هذا الأساس ، فى ضوء منظومة من المثل السامية التى

لا ترضخ لأية ضغوط سياسية أو تحديات مهنية . كان لا يكن لها سوى الاحتقار . وكان من الفطنة والرأى الثاقب ليدرك أن فى إمكانه أن يجمع بين الفساد وهيرست فى سلة واحدة ليضربهما فى مقتل وهو يرفع راية «المثالية» . لكن الصراع المتصاعد بينهما فى سبيل السيطرة على المجال الصحفى فى نيويورك ، أدى إلى أسوأ أو أقذر معارك من نوعها فى تاريخ الصحافة . وهى المعارك التى كانت السبب المبكر والرئيسى الذى أصاب الصحافة الصفراء بسوء السمعة الذى لازمها فى مسيرتها التى غطت قرنًا بأكمله ، والذى اتخذ منها خصومها سلاحًا ليشهروه فى وجهها ، كلما اكتسبت مزيداً من القوة والازدهار . وبالطبع كانت معركة «الصبى أو الفتى الأصفر» فى مقدمة هذه المعارك ، وهى التى تناولناها بالتفصيل فى الفصل السابق من هذا الكتاب .

وكانت الأفكار النظرية لبوليتزر فى منتهى الرقى والسمو ، لكنه كثيرًا ما ينساها أو يتجاهلها فى حومة الصراع الذى لا يهدأ ، فلم يكن يؤمن بأنه يستطيع أن يتغلب على من يهدده بالسيف بأن يقدم له وردة عنوانًا للود والحب . ذلك أن للصراع البشرى حتميات لا يمكن تجنبها أو تجاهلها . وكان قد سبق له أن كتب إعلانًا للمبادئ كنوع من ميثاق شرف ، تعهد أن يلتزم به ، موضحًا فيه الوظيفة الحقيقية للصحافة التى تتمثل فى توصيل صوت الجماهير للسلطة ، وليس توصيل صوت السلطة للجماهير ، حتى لا تصبح بوقًا أجوف لها ، بل يتحتم على الصحافة أن تواجه أية ضغوط يمكن أن تمارسها السلطة على الشعب . فهذا هو الدور البطولى الذى يتحتم على الصحافة أن تنهض به كذلك كان بوليتزر ينادى بأن الدقة هى السلاح الأمثل الذى تشق به الصحافة طريقها نحو تحقيق أهدافها الإنسانية والحضارية . وكان يلذ له أن يؤكد للصحفيين الذين يعملون معه أن «الدقة . الدقة . الدقة» هى المبادئ الثلاثة التى يتحتم على كل صحفى أن يطبقها فى عمله .

لكن يبدو أن النظرية شىء ، والتطبيق شىء آخر ، خاصة عندما يتعارض مع ظروف الواقع . فلو كان قد اتبع شعار «الدقة» الثلاثى ، لما كان فى استطاعته أن

يجذب الانتباه إلى الصحيفتين اللتين جعل منهما رائدتين فى مجالهما، سواء فى سانت لويس أو نيويورك. فقد كان أستاذاً فى اختراع القصص الإخبارية المثيرة لقرائه، حتى لو كان نصيبها من الحقيقة متواضعاً. فلم تكن الصحافة فى نظره هى مجرد فن نقل الخبر من موقعه إلى القارئ حيثما كان، بل هى فن صياغة هذا الخبر أو غيره من المواد الصحفية، وهذه الصياغة هى الجسر الذى تعبره الصحيفة لتصل إلى قرائها. وعندما ينضب معين الأحداث أو الأخبار المثيرة، فلا مانع من أن تقوم الدار الصحفية بصنعها ثم تتبع مراحلها مع قرائها. وهذا ما فعله بوليتزر عندما تعاقد مع مخبرة صحفية تدعى نيللى بلاى، وكانت هذه الخطوة هى الأولى من نوعها إذ إن هذه المهنة كانت مقصورة على الرجال، واتفق معها على تحدى الروائى الفرنسى جيل فيرن واثبات خطأ فكرته التى أقام عليها روايته الشهيرة «حول العالم فى ثمانين يوماً». وأرسلها بالفعل فى رحلة حول العالم عبر المسار الذى حدده فيرن فى روايته، ونجحت فى أن تقوم بالرحلة فى أقل من ثمانين يوماً. وبصرف النظر عن صحة هذا الخبر أم زيفه، فانه لم يكن هدف بوليتزر الذى سعى إلى «خبطة» تستمر طوال مدة الرحلة، وتحدث دوياً بين القراء الذين لابد أن يتابعوها يوماً بيوم على صفحات جريدته بعد أن توافرت فيها كل عناصر الجذب والاثارة التى لا تملكها الرواية الخيالية التى كتبها فيرن. ذلك أن بطله رجل فى حين أن بطلة بوليتزر إمرأة برغم كل مغامرات الرحلة ومخاطرها، فى زمن لم يكن للمرأة فيه أى دور فى الحياة العامة العادية، فما بالك بحياة المغامرات والمخاطر حول العالم ؟! كذلك فإن بطل فيرن شخصيته خيالية لأنه لم يوجد فى الواقع رجل باسم فيلياس فوج، فى حين أن بطلة بوليتزر امرأة حقيقية تقوم برحلة حقيقية حول العالم، أى أن بوليتزر جعل الواقع أشد إثارة وجذباً من الخيال. وكانت التقارير اليومية التى تنشرها صحيفة «نيويورك وورلد» عن أنباء الرحلة ومراحلها المثيرة، حديث كل الناس فى كل المجالس واللقاءات، مما أدى إلى اكتساحها لتوزيع «نيويورك جورنال» التى كان

يصدرها هيرست ، لمدة لا تقل عن أربعة شهور أو أكثر ، وهى مدة الإعداد للرحلة ثم القيام بها وما بعد انتهائها على شكل أحاديث متتابعة مع البطلة التى لم يكن فى استطاعة أحد أن يختبر مدي مصداقيتها . بل إن هذه المصداقية لم تكن تهم أحدا على الإطلاق ، إذ كان الجميع لاهثين وراء الأحداث والأخبار ومبهورين بها بدون حدود . فلم يترك بوليتزر عاملاً للإثارة إلا واستغله إلى أقصى حد . فمثلاً نظم مسابقة يومية طوال الرحلة للرهان على عدد الأيام التى ستستغرقها . وأصبحت الأموال تصب فى خزانة جريدة «نيويورك وورلد» بأرقام قياسية ، سواء من التوزيع أو الإعلانات التى غطت نسبة كبيرة من صفحاتها .

لكن دوام الحال من المحال . فقد بلغ الجمهور درجة التشبع من الإثارة التى اكتشف أخيرًا مدى افتعالها الذى يحمل فى طياته استهانة بعقله . واستمر وليم راندولف هيرست يضرب على هذه الأوتار فى جريدته «نيويورك جورنال» ، وكأنه هو نفسه لا يلجأ إلى أنواع أسوأ من الإثارة والتضليل الإعلامى . لكنها معركة تستخدم فيها كل أنواع الأسلحة الكفيلة بضرب الخصم فى مقتل بقدر الإمكان . ويبدو أن إثارة هيرست للجمهور ضد بوليتزر قد نجحت أساسًا لأن بوليتزر لم يراع حجم جرعة الإثارة التى أغرق فيها جمهوره ، فى حين أن مبدأ «كل شىء يزيد على حده ينقلب إلى ضده» ينطبق حرفيًا على العمل الصحفى بكل أنواعه . وواصل هيرست ضرباته لبوليتزر حتى أثار الجمهور ضده ، لدرجة أن الأندية والمكتبات منعت التعامل فى جريدة «نيويورك وورلد» .

ونظرًا للمرونة التى يتمتع بها بوليتزر ولم يفقدها أبدًا ، فقد قرر أن يحنى رأسه للعاصفة ، وشرع فى تغيير منهجه الصحفى وصبغه بصبغة عقلانية رزينة ، تضع فى اعتبارها مصداقية الأخبار دون حذف أو إضافة أو افتعال أو مبالغة أو إثارة أو تضليل ، وتحرص على احترام عقل القارئ ، خاصة بعد أن أصدر ديفيد جراهام فيليبس فى عام ١٩٠١ ، وكان محررًا سابقًا فى جريدة بوليتزر ، رواية بعنوان «نجاح

الإله العظيم» ، قدم فيها صورة بشعة لبوليتزر على سبيل الانتقام منه بعد أن تشاجر معه وطرده . ويبدو أن هيرست كان متربصًا لكل شاردة أو واردة تصدر عن بوليتزر ، فسارع إلى استقطاب هذا الصحفى لكتابة هذه الرواية كطعنة أخرى من طعناته الموجهة إلى صدر غريمه .

ولم يكن بوليتزر فى حاجة إلى المزيد من الطعنات ، إذ إن صحته تدهورت ، وسارت من سيئ إلى أسوأ لدرجة أنه فقد بصره . ولم يجد بدًا من أن يلقى سلاحه فى النهاية ، وأن يعتزل العمل الصحفى تمامًا ، إلى أن رحل فى عام ١٩١١ . لكنه قبل وفاته ترك لجامعة كولومبيا الأمريكية مبلغ مليونى دولار لتأسيس مدرسة للصحافة ، وهى الميزانية التى أصبحت أساسًا لمنح جوائز بوليتزر الشهيرة حتى الآن . وكان بوليتزر قد خصص مبلغ خمسمائة ألف دولار من هذه الميزانية لتمويل هذه الجوائز . وكان هدفه من هذه الجوائز كما جاء فى خطابه إلى الجامعة : «لتشجيع الخدمة العامة ، والأخلاقيات القومية ، والأدب الأمريكى ، وتقدم التعليم» .

وكانت أول مرة تمنح فيها هذه الجوائز فى عام ١٩١٧، منها ثمانى جوائز منحت للعاملين المتفوقين فى المجال الصحفى : أفضل خدمة قدمتها صحيفة تستحق الثناء والتقدير ، وأفضل تحقيق صحفى محلى ، وأفضل تحقيق صحفى محلى بلا ضغوط تستعجل الوقت للحاق بالطبعة التالية ، وأبرز تحقيق دولى ، وأبرز مقال افتتاحى ، وأحسن رسم كاريكاتير ، وأحسن نموذج لصورة أو صور فوتوغرافية لأخبار ذات دلالة .

وفى مجال الأدب منحت خمس جوائز : أفضل رواية ، ويفضل أن يكون مضمونها عن الحياة الأمريكية ، وأفضل مسرحية أمريكية تبرز دور المسرح الفعال وقيمته التعليمية ، وأفضل كتاب عن التاريخ الأمريكى ، وأفضل سيرة ذاتية سواء بقلم صاحبها أو كتبها آخر عنه ؛ وتعلم القيم الوطنية التى ترفض الأنانية والأثرة وتحبذ إيثار الآخرين وخدمتهم ، وأفضل ديوان شعر . كما منح التأليف الموسيقى

جائزة تخصص عادة لعمل ضخم ورفيع المستوى مثل الأوبرا أو السيمفونية أو أى تأليف أوركسترالى طويل . وتمنح جميع الجوائز سنويًا تحت إشراف مدرسة الصحافة فى جامعة كولومبيا ، ومجلس إدارة الجامعة . وهناك هيئة من المستشارين تتلقى التقارير من النقاد والخبراء والأساتذة ، وبناء عليها تتقدم بتوصياتها إلى مجلس إدارة الجامعة .

ولا شك أن هناك تناقضًا واضحًا بين وصية بوليتزر الحضارية الرفيعة التى تحمل فى طياتها كل معانى العرفان بالجميل لوطنه الذى منحه كل هذه الثروة والشهرة ، وحرصه على ترسيخ الإنجازات الصحفية والأعمال الأدبية والفنية الرفيعة فى ثقافة بلده حتى تكتسب قوى دفع متجددة كل عام مع توزيع الجوائز والشهرة التى ينالها أصحابها وبين الأوحال التى لطخت صورته من جراء معارك الصحافة الصفراء التى خاضها ضد وليم راندولف هيرست ، والحيل والألاعيب والمبالغات المثيرة التى أصابت قراءه بما يشبه الغيبوبة التى لم يستيقظوا منها إلا بعد أنه زادت الجرعة الصفراء على الحد المقبول ، وأدركوا أن غفلتهم بل والاستهانة بعقولهم تجاوزت كل الحدود . لكن هذه الأوحال لم تطمس رؤيته الحضارية والثقافية والفكرية التى جسدها فى وصيته بمجموعة الجوائز التى تحمل اسمه . وهذا يدل على أن الصراع الرأسمالى عندما يتأجج ويبلغ قمته ، يخرج من داخل الإنسان أسوأ ما فيه ، من وحشية وعنف وافتراء وغير ذلك من السمات التى ميزت صراعه مع هيرست الذى كان يمارسها بدوره هو الآخر . لكن عندما وضعت المعركة أوزارها ، حاول بوليتزر أن يعود إلى رحاب الصحافة التنويرية الراقية ، وعندما شعر أن قطار العمر قد مضى به ، سارع إلى تخصيص هذين المليونين من الدولارات لإنشاء مدرسة الصحافة ومعها جوائزه السنوية التى أصبح يذكر بها الآن ، ونسيت الأجيال التالية معاركه التى شوهت صورته فى حينها . وأصبح حصول أى صحفى أو أديب أو مؤرخ أو فنان على إحدى جوائز بوليتزر ، شرفًا

يفتخر به أمام الجميع ويذكر فى سيرته الذاتية . ولذلك فإن اسم بوليتزر أصبح يتردد بصفة مستمرة فى سير كبار الصحفيين والأدباء والمؤرخين والفنانين الذين أضافوا إلى تراث وطنهم إنجازات مرموقة أهلتهم للفوز بجوائز بوليتزر .

أما قطب الصحافة الصفراء الآخر فكان وليم راندولف هيرست الذى شكل صراعه مع بوليتزر تقاليد هذه الصحافة التجارية التى انطلقت من مسقط رأسها فى نيويورك إلى الولايات الأمريكية الأخرى ، ثم إلى معظم دول العالم ، نظراً للإغراءات المالية التى تحملها فى طياتها وتصعب مقاومتها . ولد هيرست فى عام ١٨٦٣ إبناً لعامل مناجم فقير ، كان مدركاً لكل أسرار المهنة ، فكون شركة للحفر والتنقيب ، دفع ثمن أسهمها زملاؤه من العمال . وازدهرت شركته فى مجال البحث عن الفضة فى زمن كانت حمى البحث عن الذهب تجتاح عدداً كبيراً من المهاجرين القادمين للاستيطان فى أمريكا . واستطاع أن يصبح واحداً من ملوك تعدين الفضة وتجارتها ، ومليونيراً أغرق ابنه بين أمواج الرفاهية ، وألحقه بأحسن المدارس ، لكنه سرعان ما طرد منها لشقاوته وتخطيطه للمقالب أو المآزق التى كان يوقع فيها زملاءه وأحياناً أساتذته ، بالإضافة إلى ذكائه المتوقد وخياله الواسع اللذين ضاقا بحدود المناهج الدراسية الخانقة . ولم يعبأ أبوه بطرده من المدرسة لأنه هو نفسه لم يلتحق بأية مدرسة من قبل ، وبدأ من الصفر ، ومع ذلك حقق مالم يحققه خريجو الجامعات .

وبيدو أن طموح وليم الصغير الذى ورثه عن أبيه كان بلا حدود مثله تماماً . كان الأب قد قرر استثمار ثرواته فى العمل السياسى فى كاليفورنيا حتى يتخذ منه سنداً لمشروعاته الاقتصادية والصناعية ، إذ إن رجل الأعمال الكبير لا يصبح تحت رحمة قرارات رجال السياسة إذا شاركهم فى صنعها ، بل إن السياسة نفسها تصبح مجرد شعارات جوفاء ودخان فى الهواء إذا لم تنهض على أساس اقتصادى . ومثلما كان يفعل الساسة فى ذلك الزمن ، اشترى الأب عدة مؤسسات صحفية

لتصبح أبواقًا تدعو لتوجهاته السياسية . وبذلك يكون قد ملك سلاحى الاقتصاد والإعلام مما يؤهله لخوض غمار الحياة السياسية بثقة واطمئنان .

كان وليم الشاب يتابع اقتحام أبيه لميدانى السياسة والصحافة التى لاقت هوى عميقًا فى نفسه ، فقرر بدوره أن يجعل منها هدفًا استراتيجيًا لحياته . كان يبحث عن عمل يثير خياله وتطلعاته نحو آفاق جديدة ، ويشبع طاقة الطموح المتفجرة داخله ، فوجد ضالته فى الصحافة . عندئذ طلب من أبيه أن يترك له إدارة جريدة «سان فرانسيسكو اكزامينر» ، فهو من مواليد سان فرانسيسكو وأدرى بتطلعات شبابها ومشاكلهم ، ووعد أباه أن يجعل منها جريدتهم المفضلة . وبالفعل تسلم إدارتها فى عام ١٨٨٧ ، واستطاع أن يجعل منها أكثر الصحف رواجًا فى سان فرانسيسكو . فقد اكتشف قدراته ومواهبه فى الضرب على الأوتار الحساسة داخل القراء ، فارتبطوا بها بحيث أصبحت جزءًا من حياتهم . وإذا كان شعار بوليتزر الشهير «الدقة . الدقة . الدقة» ، فإن شعار هيرست كان «الجدة . الجدة . الجدة» ، فاليوم الذى لا يجد فيه القارئ شيئًا أو أفقًا جديدًا فى جريدته ، لا يحسب من عمرها .

كان أبوه المدرسة التى تعلم فيها كل أسرار صنعته . ذلك أن الرأسمالى الناجح لا يعتمد على مشروع واحد فحسب ، وإلا كان عمله نوعًا من المقامرة غير مأمونة الجانب ، لأن فشله لا يعنى سوى القضاء على صاحبه الذى يتحتم عليه أن يبدأ من الصفر مرة أخرى . أما إذا كان لديه أكثر من مشروع ، فإن مشروعاته يمكن أن تساند بعضها البعض ، مثلما فعل أبوه وكذلك بوليتزر الذى كان فى نظره جبلاً ضخمًا ووعرًا لابد أن يتسلقه حتى يبلغ قمته . ولذلك سارع هيرست الصغير إلى شراء أسهم شركة جنوب الباسيفيك للسكك الحديدية ، التى كانت من أقوى وأضخم الشركات فى ذلك الحين . وهذا التوجه التجارى والمالى يفسر بوضوح نظرة هؤلاء الرأسماليين إلى الصحافة . فهى عندهم مشروع اقتصادى وسط مشروعاتهم الأخرى ، ويجب أن ينجح تجاريًا ، لأنه لا يعد رسالة لوجه الله تعالى . وأى تساؤل

عن هؤلاء الرأسماليين الكبار حول السبب فى شهرتهم كأصحاب مؤسسات صحفية وإعلامية ، فى حين تكمن مشروعاتهم الأخرى العملاقة فى الظل ، يمكن الإجابة عنه ببساطة بأن الأضواء الإعلامية بطبيعتها مركزة على الصحف ، خاصة فى ذلك العصر الذى لم يعرف الراديو أو التليفزيون ، وكل كلمة أو حركة يمكن أن تكون محسوبة على رجل الصحافة الشهير من أمثال بوليتزر وهيرست . أما مشروعاته التجارية والاقتصادية الأخرى فهى لا تهم سوى رجال الأعمال أو المساهمين المعنيين بها ، وكثيراً ما تقتصر أخبارها على أسواق الأوراق المالية . بل إن مؤسساتهم الصحفية كانت سنداً سياسياً لمؤسساتهم الاقتصادية والتجارية لأن فى إمكانها أن توجه الرأى العام لصالحها . ذلك أن دخول الصحافة من باب الاقتصاد أكثر أمناً وضماناً من دخول المجال الاقتصادى من باب الصحافة .

وعندما وجد هيرست نفسه يقف على قاعدة اقتصادية صلبة تمكنه من التصدى لتحديات أعتى وأكبر ، قرر أن يقتحم عرين الأسد فى نيويورك التى تعتبر عاصمة الصحافة الأمريكية ، حيث يربض جوزيف بوليتزر متربصاً بكل من يحاول أن يقترب منه . لكن هيرست كان ينوى أن ينال منه لا أن يقتصر على مجرد الاقتراب منه . وشد الرحال إلى نيويورك فى عام ١٨٩٥ ليشترى جريدة «نيويورك جورنال» الصباحية ، ويجعل منها قاعدة الهجوم على قلعة بوليتزر «نيويورك وورلد» . وبمجرد استقرار هيرست بدأ الصراع بينهما ، خاصة عندما نجح هيرست فى إغراء أفضل الصحفيين والكتاب عند بوليتزر بالمرتبات الأضخم على سبيل تخريب جريدته ، وكذلك الرسامين وفى مقدمتهم أوتكولت مبتكر شخصية «الصبى أو الفتى الأصفر» الذى اشتق من اسمه مصطلح «الصحافة الصفراء» كما ورد فى الفصل السابق من هذا الكتاب . وكانت صحافة جديدة بمعنى الكلمة ، خاصة فى مجال إثارة مشاعر القراء والتلاعب بها ، مما جعل لها سيكلوجية خاصة بها ، سنتعرض لها بالتحليل فى فصل تال . كما أنها اكتسبت شعبية جارفة بين جماهير

القراء ، خاصة البسطاء منهم ، برغم اتهام صفوة المثقفين لها بالسطحية والتفاهة والاستهانة بعقول القراء ، مستشهدين فى ذلك بمقولة مشهورة لهيرست حدد فيها التوجه الأساسى للصحافة الصفراء عندما أوضح أنه لو عض كلب رجلاً لما كان ذلك خبرًا صحفيًا ، وإنما الخبر الصحفى الحقيقى والجذاب والمثير يكمن فى النقيض من ذلك تمامًا ، أى يعض الرجل كلبًا ، فهذه هى صحافة الإثارة والتشويق والتسلية والمتعة ، ومن يعتادها لا يهجرها أبدًا ، لأنها عادة يمكن أن تصل إلى درجة الإدمان .

اعتبر هيرست الصحافة الحقيقية سلسلة متصلة من الحملات المثيرة والخبطات المفاجئة فى سباق لا يهدأ ولا يرحم . والصحيفة المحلية التى تسير على هذا النهج سرعان ما تصبح صحيفة قومية ، ويمكن أن يمتد تأثيرها إلى بلاد أخرى . والصمود فى هذا السباق لا يعتمد على المضمون المثير فحسب ، بل على الشكل المثير أيضًا من خلال أساليب الإخراج الصحفى المتجددة والمتطورة دائمًا ، لأن الجاذبية البصرية للصحيفة لابد أن تؤدى إلى الجاذبية الشعورية والانفعالية التى تسيطر بدورها على عقل القارئ الباحث عن الإثارة والتسلية .

وكان من الطبيعى أن تتسع إمبراطورية هيرست ، فاشترى فى عام ١٩٠٠ صحيفة «أمريكان» التى كانت تصدر فى شيكاغو ، وفى عام ١٩٠٤ صحيفة «أمريكان» أيضًا التى كانت تصدر فى بوسطون . وبذلك امتلك أكبر منظومة صحفية فى الولايات المتحدة ، وأصبح يلقب بامبراطور أو لورد الصحافة الأمريكية ، متتبعًا فى ذلك خطوات أبيه ، خاصة فى ممارسة لعبة السياسة كنوع من تدعيم إمبراطوريته الصحفية والاقتصادية . وبالفعل انتخب عضوًا فى الكونجرس بين عامى ١٩٠٣ و ١٩٠٧ ، كما حاول أن يفوز بمنصب حاكم نيويورك ، لكنه فشل فى ذلك لأن الشعب الأمريكى لا يستريح أو لا يثق فى الرأسمالى الذى تزيد قوته وسطوته على الحد المعقول أو المقبول . وكان رده على هذا الفشل أن عاد إلى عرينه فى الصحافة حيث لا يستطيع أحد أن يتحداه ، فاشترى مجموعة ضخمة من

المجلات ، منها على سبيل المثال «كوزمو بولتيان» . و «جود هاوسكيبنج» ، كما اشترى أراضى شاسعة وعقارات ضخمة فى المكسيك .

وعندما اندلعت الحرب العالمية الأولى ، عارض بشدة دخول الولايات المتحدة فيها ، لأنها حرب لا تهمها ولن تجنى منها سوى خسارة لا لزوم لها ، إذ يتحتم على الولايات المتحدة أن تهتم بنفسها أولاً وأخيرًا لأن المحيطين الأطلنطى والباسيفيكى يعزلانها تمامًا عن كل المتاعب والقلاقل التى تعانى منها كل من أوروبا وآسيا ، خاصة بعد أن استقرت الحياة المدنية الديمقراطية فيها فى أعقاب الحرب الأهلية وما ترتب عليها من تدمير وخراب . وفى هذا كان هيرست يتفق فى توجهه الأمريكى القح مع بوليتزر الذى خصص كل جوائزه للكتاب والصحفيين والأدباء والفنانين الأمريكيين فقط ، وكذلك كان هيرست يصر على أن يكون خير أمريكا لأبنائها ، ولا داعى لإضاعته فى بلاد لا تملك أى فضل سابق على أمريكا، وذلك برغم أن كل الجذور العرقية التى عمرت أمريكا كانت قادمة من تلك البلاد .

وكان كل من بوليتزر وهيرست يعبر عن النزعة الأمريكية الانعزالية التى ترى فى الولايات المتحدة الدنيا بأسرها . ولذلك ليس هناك ما يجبرها على الذهاب إلى الآخرين لأنهم هم الذين يحتاجونها وليس العكس ، أما أن تدافع عن أراضيهم فهذه مثالية خرقاء ، والمبادئ السياسية والاقتصادية الفعلية والواقعية لا تقنع بهذه الشعارات الجوفاء التى ترفعها أوروبا لامتصاص الدم الأمريكى الفتى . ولعل هذا التوجه السياسى والفكرى يفسر لنا الفروق النوعية بين جوائز نوبل وجوائز بوليتزر . فعندما اخترع نوبل الديناميت كان هدفه منه أن يستخدم فى أغراض سلمية مثل حفر الأنفاق والطرق والممرات بين الجبال أو تحت الأرض ، لكى يوفر على العمال القيام بهذه الأشغال الشاقة بل والمميتة . لكنه اكتشف أن النزعة التدميرية فى الإنسان كانت أقوى من أحلامه الإنسانية الحضارية ، فقد استخدم الديناميت كسلاح تتبادله الجيوش فى تدمير بعضها بعضًا ، بل وتدمير

الشعوب أيضًا . وعندما أراد نوبل أن يهرب من وطأة الإحساس بالندم والذنب بسبب اختراعه المدمر ، أنشأ مؤسسة باسمه ترعى كل الذين يعملون من أجل سلام الإنسان وخيره وتقدمه ورفاهيته ، وذلك بمنحهم جوائز فى فروع : السلام ، والطب ، والفيزياء ، والكيمياء ، والأدب ، بشرط أساسى وهو أن تكون كل إنجازاتهم المرموقة فى مجالاتهم من أجل السلام والتقدم والبناء والازدهار ، وهى جوائز لأى عالم أو مفكر أو فنان من أية جنسية . أما بوليتزر فيبدو أنه شعر أن حرب الصحافة الصفراء بينه وبين هيرست ، قد فعلت بالصحافة الأمريكية ، ما فعله ديناميت نوبل بالسلام العالمى ، فقرر هو الآخر أن يكفر عن سيئاته برصد جوائزه للصحافة والأدب والموسيقى ، لكن نظرته لم تكن إنسانية أو كوزموبوليتانية شاملة مثل نوبل السويدى ، فجعل جوائزه مقصورة على الأمريكيين . وربما كان هذا نتيجة لأن الولايات المتحدة لم تكن قد خرجت من عزلتها بعد .

وبرغم أن هيرست كان ضد اشتراك الولايات المتحدة فى الحرب العالمية الأولى ، إلا أنه كان من الجيل التالى لجيل بوليتزر ، والذى وجد أنه لا مانع من انفتاح أمريكا على البلاد الأخرى طالما أن هذا الانفتاح سيعود عليها بالخير والازدهار . ومن هذا المنطلق اشترى الأراضى والعقارات فى المكسيك ، وفى أعقاب الحرب العالمية الثانية وحتى وفاته فى عام ١٩٥١، شن حملات شعواء على الشيوعية وعلى الدول التى وقعت تحت وطأة الاتحاد السوفييتى خلف ما عرف بالستار الحديدى . وهو سلوك طبيعى ومتوقع من رأسمالى مثله بنى إمبراطوريته فى ظل الحرية الرأسمالية التى يعتمد فيها النظام السياسى على تداول السلطة ، ويرفض رفضًا تامًا نظام الحزب الواحد وبطشه بكل من يفكر فى الوقوف فى طريقه . كذلك كان هيرست يرى فى الشيوعية نظامًا يطمح أن يكون عالميًا ، وبالتالى رأى ضرورة أن تصبح الرأسمالية نظامًا عالميًا قادرًا على اجتثاث الشيوعية من جذورها سواء فى أوروبا الشرقية أو آسيا . ولذلك كان هيرست من نجوم الحرب الباردة التى

انتهت بسقوط الشيوعية الدولية فى مطلع التسعينيات ، وتحول الرأسمالية الأمريكية إلى التيار الذى تمنى هيرست تحقيقه ، وهو أن تصبح رأسمالية دولية تجعل من الولايات المتحدة المحور الذى تدور حوله دول العالم .

ويبدو أن نظرة هيرست إلى العمل الصحفى لم تكن محلية مثل نظرة بوليتزر . فلم يكن يتأخر عن استقدام أى كاتب أو صحفى أو رسام من أى بلد آخر ، طالما أنه يرى فيه الكفاءة المنشودة . ولا يعلم الكثيرون أن أدولف هتلر وبنيتو موسولينى كانا من كتاب الأعمدة فى صحف هيرست فى سنوات ما قبل الحرب العالمية الثانية . وعند اندلاع الحرب وتكشير هتلر عن أنيابه الحقيقية ، حاول خصوم هيرست اتهامه بالميول الديكتاتورية والفاشية لسماحه لهتلر وموسولينى بالكتابة فى صحفه التى يفترض فيها أن تكون ديمقراطية ، لكن هيرست رد عليهم بأن الديمقراطية الحقيقية تسمح لكل الأصوات بأن يسمعها الآخرون ويحكموا عليها من خلال نظرتهم الواعية الثاقبة ، ولذلك فهو يعتبر الأعمدة التى كتبها هتلر وموسولينى قبل الحرب العالمية الثانية ، نوعًا من السبق الصحفى ، لأن من خلالها يمكن معرفة منهجهم الفكرى وتوجهاتهم الدفينة ، ذلك أن معرفة العدو ورصد أهدافه الاستراتيجية من أخطر المهام الملقاة على عاتق الصحافة الوطنية .

وبصرف النظر عن ارتباط تلك الفترة بالصحافة الصفراء ، فإن هذه الصحافة لم تكن الصحافة الأمريكية بأسرها ، بل كانت بمثابة التوابل التى فتحت شهية المزيد من القراء للولوج فى عالم الصحافة المبهر بكل سلبياته وإيجابياته . وحتى بوليتزر وهيرست قطبى الصحافة الصفراء كانا فى نظر الصحفيين والقراء من الأبطال الشعبيين ، بل كان بعض من نجوم الصفوة المثقفة يقدرون استخدام قوتهما وقدرتهما على المبادرة فى الدفاع عن قضايا البسطاء والكادحين . وعندما قدم الفرنسيون تمثال الحرية إلى الأمريكيين ، على سبيل المثال ، قامت إحدى صحف بوليتزر بحملة قومية عامة لجمع المال للإدارة الحكومية كى تتمكن من شراء جزيرة

الحاكم ، وهو الاسم الذى يطلق على الجزيرة المزمع تحويلها إلى حديقة عامة لإقامة التمثال فى وسطها .

وهذا النوع من الصحافة الشعبية الرائجة استطاع أن ينتشر خارج حدود نيويورك ، حيث ظهر تلاميذ وخلفاء وأتباع لبوليتزر وهيرست ، وكونوا شركات ومؤسسات للنشر الصحفى فى ولايات أخرى بعيدة عن مظاهر الزحام والصراع التى ارتبطت بنيويورك . من هؤلاء كان إ . و . سكريبس الذى أنشأ وأدار سلسلة من الصحف فى منطقة الغرب الأوسط حيث ولاية أوهايو وما حولها . وقد عرف عن صحفه أنها «صغيرة الحجم لكنها كبيرة القلب» ، وهو وصف صادق إلى حد كبير لأن هذه الصحف قامت بحملات صحفية فى منتهى الجرأة ، وأثارت قضايا شائكة وحرجة ، إيمانًا من سكريبس بأن قلم الصحفى مثل مبضع الجراح ، عليه أن يفتح كل أورام المجتمع ليخرج منها الصديد حتى يصح جسده . ولذلك كانت هذه الصحف تتمتع بروح المعارضة والتحدى والتصدى ، وهى الروح التى تجلت فى المقالات الافتتاحية التى تناولت بالتعرية والتحليل والنقد والهجوم قضايا ملحة تمس حياة السكان والأهالى فى الصميم .

ولم تكن الإثارة التى تميزت بها الصحافة الصفراء ، خاصية سلبية تمامًا ، بل كان لها جانبها الإيجابى أيضًا . فقد منحت الصحفيين جرأة على المبادرة تصل إلى حد مواجهة الخطر دون وجل . فالصحفى أو المخبر الذى يتحاشى مثل هذه المواجهة خوفًا من عواقبها المحتملة لابد أن يظل مغمورًا أو نكرة . وقد سارت مجلات عديدة فى ذلك العصر على هذا النهج الجسور ، مثل مجلات «ماكلورز» ، و «كوزموبوليتان» ، و «جورنال ربات البيوت» قبل أن يعرف هذا النوع من المجلات باسم «مجلات المرأة» ، وكذلك «ساترداى إيفننج بوست» وغيرها . وكانت هذه المجلات قد ابتكرت تيارًا من التحريات الصحفية ، أطلق عليها مصطلح «muckraking» الذى اشتق من منظر البركة التى تبدو صافية ونقية وجميلة ، لكن إذا استطاع أحد

أن يضرب بعصا المدراة الطويلة فى قاع البركة فسوف يحرك أكوام القمامة والعفن المترسبة فيه ، وسيرى كم يخفى هذا السطح الصافى البراق كل هذه القذارة .

وكان هذا المنهج الجسور بمثابة بداية صحافة التحريات والتحقيقات التى قد تزيد فى دقتها على تحريات أجهزة الشرطة وتحقيقاتها ، وربما على خطورتها . وبرع الصحفيون فى كتابة تحقيقات مطولة أقرب إلى القصص البوليسية ، وألف بعضهم كتبًا بأكملها ، لاقت رواجًا كبيراً ، وفاز بعضها بجائزة بوليتزر . ولم يستطع العمالقة أو الجبابرة سواء أكانوا أشخاصًا مثل جون د. روكفيلر ، أو شركات مثل «ستاندرد أويل» ، أو «شيكاغو لتصنيع اللحم البقرى» ، أو «شركات تسجيل الأدوية بعد ترخيصها» وغيرها ، أن يرهبوا هؤلاء المخبرين الصحفيين الجسورين برغم توغلهم فى دهاليزهم السرية بحثًا عن الدوافع والأسباب الحقيقية التى تحركهم ، ذلك أن الجرأة هى من أهم أسلحة المخبر الصحفى الذى يريد أن يصنع لنفسه اسمًا ، لأنه يتعامل مع ظواهر المجتمع وليس مع مظاهره . فهناك فرق شاسع بين الظواهر وأسبابها الكامنة تحت السطح ، وبين الظواهر التى يمكن أن تكون خادعة وبراقة على السطح ، خاصة إذا كان الإعلام المستفيد منها ، حريصًا على تجميلها .

وقد أثبتت الصحافة منذ عشرينيات القرن العشرين قدرتها الفائقة على المرونة والتلون والاستيعاب لأية مستجدات على الساحة . فمع انتشار موسيقى الجاز التى كانت شيكاغو بمثابة قاعدة لانطلاقها ، تفرع عن الصحافة الصفراء نوع جديد من الصحف عرف «بصحافة عصر الجاز» وانتشر فى ولايات أخرى مثل نيو أورلينز ، وكانساس ، وتينسى وغيرها . فلم تكتف الصحافة بالكشف عن خبايا كبار رجال الأعمال والشركات العملاقة التى تمد أذرعتها فى أرجاء البلاد كالأخطبوط ، بل توغلت فى الأحياء الفقيرة فى المدن الكبيرة والتى يقطنها السود والزنوج بصفة خاصة ، لتكشف عن دهاليزها وكهوفها وأزقتها الغامضة دائمًا والمعتمة أحيانًا ، حيث البطالة والجريمة والدعارة والأمية والأمراض السرية . وهذا

الجانب المظلم من المدن الأمريكية لا يقل فى إثارته وتشويقه للقارئ عن الجانب الآخر الذى يشغله المليونيرات الذين يعيشون حياة ألف ليلة وليلة الأمريكية .

ونظرًا لأن موسيقى الجاز هى الواجهة الفنية أو الفولكلورية التى تعبر عن المهمشين السود ، فقد اطلقت كمصطلح يشير إلى العصر والصحافة الصفراء فى آن واحد . وكانت صحافة عصر الجاز بمثابة البادرة أو البداية أو الطليعة للصحافة التى عرفت بعد ذلك بصحافة التابلويد التى تميزت بشكل ومضمون معينين . ذلك أن مساحة الصفحة فيها هى نصف مساحة الصفحة المعتادة ، ليسهل حملها وقراءتها فى أى مكان عام أو خاص . كما أن الورق الذى تستخدمه من النوع الرخيص الذى يجعلها فى متناول الجميع . أما المضمون فيركز على الجرائم والفضائح ومواقف القسوة والعنف والإدمان والسكر والعربدة والاكتئاب والضياع ، لأن القائمين على هذه الصحف يعرفون جيدًا جمهور القراء الذين يتوجهون إليه : جمهور أنصاف المتعلمين أو الذين لم يتعد تعليمهم أساسيات القراءة والكتابة ، والمراهقين الباحثين عن الإثارة فى كل أشكالها ، والعاطلين الذين لا يعرفون كيف يقتلون الوقت ، والسكارى الذين يسيل لعابهم لأية قصة مهما كانت مختلقة ، بل وقد يسعون لمحاكاة ما جاء فيها على سبيل إثبات ذواتهم الضائعة .

ولذلك تعد صحافة التابلويد من أقوى الأبناء الذين أنجبتهم الصحافة الصفراء وأكثرهم قدرة على الثبات والانتشار فى أرجاء كثيرة من العالم . فهى صحافة التسلية السريعة التى تسهل قراءتها فى الطائرة أو مترو الأنفاق أو الكازينو أو الحديقة ، أو فى جلسة على مقعد فى محطة أتوبيس أو قطار أو حتى على رصيف فى الشارع . ومضمونها لا يحتاج إلى تفكير أو تأمل أو تحليل أو حتى تركيز ، وليس أسهل من إلقائها فى أول سلة للمهملات بمجرد الانتهاء من قراءتها كلها أو بعضها . وقد تبلور هذا النمط من الصحافة الصفراء فى مسرحية مشهورة كتبها بن هيخت وتشارلز ماكارثر فى عام ١٩٢٨ ، وتعالج بأسلوب كوميدى مايدور فى دهاليز دار

لصحيفة من صحف التابلويد . وكان عنوانها «الصفحة الأولى» ، وهى مستمدة من أحداث واقعية شهدها كل من هيخت وماكارثر بصفتهما صحفيين تتلمذا على تقاليد شيكاغو الصحفية ، ويقال إنهما استلهما شخصية بطلهما من وولتر هاوى نجم صحافة مدينة شيكاغو ، فكان النموذج المثالى لبطل المسرحية وولتر بيرنز بصفته مدير التحرير الذى يملأ الدنيا ضجيجًا وصراخًا بحثًا عن المثير المبتكر بل والمختلق من الأخبار والقصص والحوادث . وقد وصف الناقد الأمريكى بروكس أتكنسون المسرحية بأنها شحنة متفجرة سقطت على رأس الجمهور بكل الإثارة الزاخرة باللدغات اللاسعة المستمدة من أحداث قصة تدور فى كهوف إحدى صحف التابلويد ، فى إيقاع لاهث لا يعرف الرحمة أو الاستكانة . ويتفق النقاد على أنها مسرحية واقعية إلى حد كبير ، سواء فى حوارها الزاخر بالألفاظ البذيئة ، والسباب ، والشتائم ، وانتهاك القيم الأخلاقية والمثل العليا ، أو فى أحداثها التى اعتمدت فى تفاصيلها على وقائع فعلية بررت للمؤلفين تعرية هذه السلبيات فى الصحافة الصفراء وتقديمها بهذه الجرأة لجمهور المسرح . ومع ذلك فهناك مسحة رومانسية تغلف هذا العالم الصحفى من خلال المشاعر الرقيقة والرهيفة التى تنشأ بين الصحفيين برغم قسوة المناخ المحيط بهم . وقد أعيد تقديم المسرحية فى ١٩٤٦ ، ولاقت نفس نجاحها السابق مما يدل على التواجد القوى للصحافة الصفراء فى حياة الأمريكيين عبر سنوات القرن العشرين . بل وتم تحويلها إلى فيلم سينمائى أربع مرات ، وإن كان المخرج فى المرة الأخيرة قد فضل استبدال أروقة الصحافة ، باستديوهات محطة تليفزيونية يمكنها أن تقدم من المشاهد والمناظر ما هو أكثر إثارة وحركة .

وما فعله هيخت وماكارثر فى مسرحيتهما «الصفحة الأولى» ، كان سيرًا على نهج التقاليد التى رسختها الصحافة الصفراء فى هجومها الجرئ على ظواهر الفساد والمعاملات المشبوهة والصفقات المريبة . فلا مانع من أن تمارس الصحافة الصفراء النقد الذاتى من خلال عمل مسرحى يعرى خباياها . فهذا فى حد ذاته دليل قوة لتأكيد أنها لا تخفى من الأمور ما تخشى أن يفتضح . ففى المسرحية مواقف زاخرة

بصارحة مثيرة كانت السبب فى نجاحها عند عرضها لأول مرة فى عام ١٩٢٨، وكذلك عند إعادة عرضها فى عام ١٩٤٦ ، مما يدل على أن تقاليد وأساليب وحيل وألاعيب الصحافة الصفراء لم تكن مرتهنة بفترة معينة ، خاصة فترة بدايتها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، بل هى تشكل جزءًا عضويًا من طبيعتها وكيانها ومنظورها . ولذلك كانت تكتسب مواقع جديدة وتبلغ آفاقًا أبعد مع كل التطورات التى تطرأ على مسيرة الصحافة بصفة عامة ، خاصة فى أساليب التحرير الجذابة والمثيرة وتكنولوجيا الإخراج والطباعة المتطورة . ذلك أن ارتباط الصحافة الصفراء بعوامل الإثارة والجذب ، بل وحرصها عليها ، لا يعنى ارتباط الصحافة التقليدية أو الرزينة بعوامل الرتابة والملل ، بل إن هذه الصحافة استلهمت فى حالات كثيرة من الصحافة الصفراء أساليب بل وألاعيب عديدة لزيادة توزيعها وجذب أكبر عدد ممكن من الإعلانات ، لدعم قاعدتها الاقتصادية . فمثلاً مع تقدم أساليب التصوير الصحفى ، ابتكرت الصحف أو المجلات الصفراء ما عرف «بفتاة الغلاف» ، وهو طبع صورة فتاة جميلة وساحرة على غلاف المجلة ، وغالبًا ما تكون لنجمة سينمائية ، أو راقصة شهيرة ، أو ملكة جمال ، أو عارضة أزياء ، أو بطلة رياضية ... الخ ، مع إبراز الملابس التى ترتديها لأكبر قدر ممكن من مفاتنها ، ولذلك كانت ملابس الاستحمام أو النوم من الأزياء المفضلة فى هذه الصور التى يمكن أن تجذب القارئ لشراء المجلة لمجرد غلافها المثير البراق ، وغالبًا ما تزداد الإثارة والجاذبية عندما يحتوى هذا العدد من المجلة على تحقيق مصور داخلها لكى يبرز المزيد من المفاتن بل والأسرار التى تحتفظ بها بطلة التحقيق أو فتاة الغلاف ، وهى أسرار غالبًا ما تكون فى معظمها مختلقة ومفبركة . وإذا كانت لاتهم صفوة المثقفين والعقلاء ، فهى تهم الأغلبية العظمى من القراء العاديين الباحثين عن الإثارة والتسلية . وقد اتبعت المجلات الرزينة والوقورة هذا التقليد ، سواء بنشر صورة فتاة الغلاف أو صورة أية شخصية أخرى مثيرة للجدل أو حتى الرعب مثل صورة سفاح . أو بطلة فضيحة مثل مونيكا لوينسكى ! خاصة أن صحافة الفضائح تشكل تيارًا قويًا وعارمًا فى الأنهار التى ترتوى منها الصحف الصفراء بصفة عامة . فهى المأدبة الشهية التى

تقتات عليها صحف ومجلات صفراء عديدة ، وحجتها القوية فى ذلك أنها لم تفتعلها أو تختلقها ، بل إن دورها يقتصر على تقديم الواقع للقراء ، حتى يكون عبرة لمن لا يعتبر !!

ونظراً لعوامل الإثارة والجذب والتسلية والمتعة التى توظفها الصحافة الصفراء بأساليب متطورة ومتجددة ، فإنها انتشرت فى شتى أنحاء العالم ، واستطاعت فى كثير من الأحايين أن تفوز بقصب السبق فى المجال الصحفى الرسمى والشعبى على حد السواء ، إذ تكفيها قدرتها على إثارة الضجيج والجدل حول ما تنشره من أخبار وآراء وصور ، بل وتلاعبها بكل من الخبر والرأى من خلال المزج بينهما ، بحيث لا يعرف القارئ حدود هذا من ذاك ، وبذلك يتم اختلاق أو افتعال الرسالة المراد توصيلها إلى القراء . أما الصحف العريقة فتحرص على الفصل بين الخبر والرأى ، خاصة فى القضايا الحساسة والشائكة مثل الفضائح التى لا تتجنب التعامل معها ، ولكن بأسلوب فكرى وعملى يحرص على الرصانة ، ولا ذنب لها إذا كانت الفضيحة نفسها متفجرة بكل عوامل الإثارة .

ومنذ مطالع القرن العشرين أصبحت الصحافة الصفراء تشكل تحديًا للصحافة التقليدية التى لم يتبق من قرائها سوى كبار السن ، والمتدينين ، والسيدات ، خاصة ربات البيوت ، وكبار المسئولين فى الإدارة الحكومية ، والأسر الحريصة على تربية أبنائها ، أما القراء العاديون الباحثون عن الإثارة والتسلية ، والذين يشكلون أغلبية جمهور الصحيفة ، فقد اقتنصت منهم الصحف الصفراء أعداداً كبيرة . ولم يكن العاملون فى الصحف التقليدية خبراء بمدرسة بوليتزر وهيرست وألاعيبها وحيلها التى أدمنها الجمهور مثل ادمانه لمتابعة المباريات الرياضية المثيرة ، دون أى مجهود عقلى أو فكرى . وهو ما شكل بوادر أزمة مستحكمة للصحف التقليدية التى قل توزيعها ، وانصرف عنها المعلنون . صحيح أنها صحف جديرة بالثقة والاحترام ، لكن الجمهور كان يفضل الإثارة والتسلية

حتى لو كان مصدرهما الاختلاق والفبركة الصحفية بل والتضليل الإعلامى . فهو ليس على استعداد لتحمل الرتابة والملل عند قراءته لصحيفة وقورة وموحية بالثقة.

ولم ينقذ الصحافة التقليدية من هذه الأزمة الآخذة فى الاستحكام سوى اندلاع الحرب العالمية الأولى التى ربطت العقول والأفكار والانفعالات والمخاوف بعجلتها النارية التى لم ير لها الإنسان مثيلاً من قبل ، سواء فى ضراوتها ، أو اتساع وتعدد جبهاتها التى فتحت أفواهها لتبتلع يوميًا آلاف القتلى والجرحى والمشوهين . وكان من الطبيعى أن يحل الخوف والقلق بل والرعب محل مشاعر الملل والرتابة التى لم يعد لها مكان حتى فى نفوس القراء الباحثين عن الإثارة والتسلية . وعادت الصحف الرزينة الوقورة إلى الإمساك بزمام المبادرة مرة أخرى لحاجة القراء الشديدة لمعرفة حقيقة المعارك والمواقف التى تدور فى مختلف الجبهات . فقد كان الجميع يبحثون عن المصداقية فى زمن متفجر أصلاً بالإثارة المرعبة التى تتجسد فى لحظات خاطفة ومأساوية متجددة ، تفصل بين الحياة والموت .

ولم تستطع أو تحاول الصحف الصفراء أن تجارى الصحف الرصينة فى الأسلوب الذى أتقنته منذ بداياتها الأولى ، فركزت على اللحظات الميلودرامية والمميتة فى المواقف التى يمر بها القادة أو الجنود ، كما لهثت خلف قصص الجاسوسية والمغامرات والغراميات المرتبطة بها ، خاصة إذا كانت الجاسوسة فتاة حسناء من طراز ماتا هارى . بل إن بعض الصحف الصفراء نشر مسلسلات تحت عنوان «الجاسوسة الحسناء» أو «أسرار الجاسوسة الحسناء» .. الخ ، وغير ذلك من القصص والأخبار والصور التى تحاول الظهور بمظهر السبق الصحفى ، مع الاستمرار فى لعبة المزج بين الأخبار والآراء حتى يتمكن المحررون من التلاعب بقدر الإمكان بانفعالات القراء . أما الصحف الرصينة فقد حرصت على الفصل الدقيق بين الخبر والرأى . فالأخبار تنشر كما وردت من مصادرها وفى أماكن أو صفحات مخصصة لهذا الغرض ، والآراء ترد فى أعمدة ومساحات محددة ، وموقعة بأسماء كاتبيها ، وزاخرة

بالتحليلات والتوقعات والتداعيات التى يمكن أن تترتب على مراحل المعارك ونتائجها ، وكذلك النصائح الطبية لمواجهة الهجوم بالغازات مثل غاز الخردل ، والإرشادات التى يجب اتباعها عند وقوع الغارات الجوية أو الغزو البرى ... الخ . ولذلك اقتصر دور الصحف الصفراء فى أثناء الحرب على الترفيه عن القراء بحيث كانت الصحيفة نوعاً من فسحة لإراحة الأعصاب المشدودة ، لكن كان من الممكن الاستغناء عنها عندما تحين ساعات الجد والمصير الفاصل .

وكانت الحرب العالمية الأولى بمثابة امتحان لكل من الصحافة الرصينة والصحافة الصفراء بحيث وضعت التقاليد التى تسهل على القارئ إدراك الفروق النوعية بينهما ، وإن كان من الممكن لكل منهما أن يستخدم أسلحة الطرف الآخر إذا لزم الأمر . كذلك أبرزت هذه التقاليد الاختلافات الجوهرية فى إدارة كل منهما . فعادة ما يكون صاحب الصحيفة الصفراء هو المحرك الأساسى لخطواتها ، والمحدد لسياستها وأهدافها ، كنوع من ضمان التوسع فى التوزيع ونشر الإعلانات . ومن هذا المنطلق يسعى كل صحفى أو محرر أن ينال رضا صاحب الصحيفة بأية وسيلة ممكنة ، فليست هناك إدارة ديمقراطية بمعنى الكلمة ، فربما استفاد صاحب الصحيفة باقتراح لأحد المحررين لكن هذا لا يعنى أن هذا المحرر أصبحت له كلمة فى إدارتها وتوجيهها . أما الصحف العريقة والرصينة فتميل إلى أسلوب فريق العمل من خلال مجلس للتحرير يتم فيه تبادل الآراء والاستفادة من خبرات كل محرر أو مراسل لإضافتها إلى مخزون الصحيفة من المعلومات والأساليب والتجارب والخبرات .

وليست كل الصحف الصفراء بدأت وكلها عزم على أن تكون صفراء بكل ما تحمله هذه الكلمة من معان . فربما كانت تهدف لتوصيل رسالة ثقافية وحضارية جادة ، لكن بحكم جدتها ، وصغر شأنها ، وعدم ثبات أقدامها فى المعترك الصحفى ، سواء فى مجال التوزيع أو الإعلان ، فإنها لا تجد مناصاً من اتباع

الأساليب والحيل والألاعيب التى اشتهرت بها الصحافة الصفراء . ومع بدء رواجها التجارى ، وتدفق الأموال على خزينتها ، والتوغل فى المسيرة الصفراء ، يصبح من العسير عليها العودة إلى الأهداف التى بدأت بها وكانت تتمنى أن تحققها . فالصحف فى الدول الرأسمالية قد تكون لها رسالة ثقافية وفكرية وحضارية ، لكنها رسالة تنهض على القاعدة الاقتصادية التى ترسخها الصحيفة من خلال رواجها التجارى ، فاذا انهارت هذه القاعدة ، فإن الرسالة كلها تذهب أدراج الرياح بعد أن تعلن الصحيفة إفلاسها وتغلق أبوابها . فليس لها مصدر آخر للدعم كما تفعل الدول الشمولية التى تحرص على أن تجعل من الصحف أبواقًا صريحة ومدوية لها . ومن هنا كان دعمها المستمر لها حتى تواصل أداء مهمتها الرسمية أو الحزبية . لكن هذا لا يعنى أن الدول الشمولية خالية من الصحف الصفراء ، بل إن صحفها جميعًا يمكن أن تكون صفراء ، بمعنى أن تكون دعاية صريحة أو ملتوية لكل خطوات النظام الحاكم ، ومضادة بعنف لأية تحركات أو مواقف قد تكون متربصة بهذا النظام . وما أسهل تشويه سمعة من يتهم بهذا التربص ، وتحطيم مستقبله بحملة شائعات منظمة ومدروسة ، واختلاق قصص تجعل منه وصمة لابد من محوها بالسجن أو النفى وربما الإعدام . وهو التيار الصحفى الذى ساد الدول الشيوعية التى برزت على خريطة العالم فى أعقاب الحرب العالمية الثانية فيما عرف بدول المعسكر الشرقى ، والذى استمر طوال سنوات الحرب الباردة حتى مطلع تسعينيات القرن العشرين .

انتهت الحرب العالمية الأولى لتسترخى الأعصاب المشدودة ، وتلتئم الجراح ، وتشرع الدول المحاربة فى إعادة البناء الذى ساهمت فيه الصحف الرصينة بالدراسة والتحليل والتوجيه . لكن سرعان ما استعادت الصحافة الصفراء عافيتها ، عندما تخلص الجمهور من الآثار النفسية والتداعيات المأساوية للحرب ، وسعى للحصول على نصيبه من الترفيه والتسلية والإثارة الممتعة التى تختلف تمامًا عن الإثارة الكئيبة والحزينة التى مر بها فى سنوات الحرب . وانتشرت فى أمريكا

وأوروبا صحافة الفضائح والجنس والعرى ، خاصة مع تطور تكنولوجيا الطباعة والتصوير . ووجدت الصحف والمجلات الصفراء كنزاً فى نشر أخبار الجرائم ، وعصابات الرقيق الأبيض ، وتهريب المخدرات ، وغراميات نجوم الفن ورجال السياسة ، واحتمالات الطلاق والزواج بين المشاهير ، وكذلك تغطية عروض علب الليل والكباريهات ، بالصورة والتعليق ، خاصة عروض فقرة الاستربتيز ... الخ . لكن الصحافة العريقة أو الرصينة هذه المرة لم تقف مكتوفة الأيدى ، لأنها لم تعد تجد غضاضة فى استغلال ما يمكن من ألاعيب الصحافة الصفراء وحيلها . فلا مانع من نشر خبر مثير لكنه غير مهم ، أو صورة حسناء فى ثوب الاستحمام ، أو الكلمات المتقاطعة ، أو رسوم الشرائط المسلسلة ، أو باب الحظ ، أو الألغاز التى تحل فى أعداد تالية ... الخ . وهكذا ظلت الصحافة الصفراء تياراً موازياً أو متفاعلاً مع تيار الصحافة الجادة إلى أن بدأت الحرب العالمية الثانية فى الأول من سبتمبر ١٩٣٩ .

وشهدت سنوات الحرب العالمية الثانية نفس الملابسات والظروف والعلاقات بين الصحافة الجادة والصحافة الصفراء التى مرت بها من قبل فى سنوات الحرب العالمية الأولى . فقد انصرف القراء إلى متابعة تطورات المعارك على مختلف الجبهات فى الصحف الجادة ذات المصداقية العالية ، ولم يؤثر دخول الراديو فى المجال الإعلامى على نسبة توزيعها التى زادت أضعافًا مضاعفة ، نظرًا لمحطات التشويش التى لعبت دورًا خطيرًا فى الحرب على موجات الأثير ، بالإضافة إلى المحطات السرية والمحطات المزيفة التى جعلت البحث عن الحقيقة فيما تبثه مثل البحث عن إبرة فى كومة من القش وسط عاصفة رعدية . أما الصحف فمصدرها معروف وتحت أمر القارئ فى أية لحظة من لحظات اليوم . ولذلك كانت الصحف العريقة ، والجادة فى موقع الصدارة الإعلامية ، فى حين التزمت الصحف الصفراء موقع المؤخرة الإعلامية بقصصها عن الجاسوسية ، ومبالغاتها عما يدور فى الجبهات من أهوال وكوابيس ، ومراهناتها على نتائج المعارك المتوقعة ... الخ . كانت الحرب

قد فرضت نفسها على كل الصحف ومحطات الراديو ، وأصبح المراسلون الحربيون هم نجومها الساطعون الذين تتردد أسماؤهم كأسماء الزعماء والقادة العسكريين .

وبانتهاء الحرب العالمية الثانية ، عادت الأمور إلى ما كانت عليه قبلها ، إذ بحث الناس عن التسلية والمتعة على سبيل إراحة أعصابهم المكدودة . وكانت الصحافة الصفراء التى بلغت قمة انتشارها فى أوائل الخمسينيات ، هى الوسيلة المثلى والجاهزة لهذه التسلية والمتعة بعد ما يقرب من ست سنوات من أنباء القتال والقتل والتدمير والخراب وضياع كل آمال البشرية فى حياة آمنة ومستقرة ومزدهرة . وقد عاشت الصحافة الصفراء على نشر قصص الحرب والجاسوسية ، ومغامرات التسلل خلف خطوط الأعداء ، والعمليات الانتحارية ، وخلفيات المعارك الحاسمة مثل العلمين وبيرل هاربر ونورماندى ، حتى منتصف الخمسينيات ، وهو العقد الذى أصدرت فيه معظم دور الصحف كتبًا تناولت هذه الموضوعات والقصص ولاقت رواجًا كبيرًا خاصة عندما كانت تصدر فى طبعات شعبية رخيصة.

وكانت القضايا الملحة التى فرضت نفسها على الساحة العالمية فى أثناء الحرب وما تلاها ، قد وجدت التوجهات التى ميزت ، كل من الصحافة القومية والصحافة الصفراء ، أساليب تناولها للموضوعات العالمية والقومية ، باستثناء توابل الإثارة والمبالغة والتسلية التى لم تتخل عنها الصحافة الصفراء حتى لا تفقد قراءها الذين يستمتعون بهذه المعالجات التى تطرد الملل والرتابة من حياتهم . ومن هنا كان توحد الصحافة القومية والصحافة الصفراء ضد النازية فى أثناء الحرب ، وضد الشيوعية بعد أن انتهت ببروز المعسكر الشيوعى بقيادة حلف وارسو . كانت الغاية المشتركة والاستراتيجية تتمثل فى كشف الأسرار والدوافع التى أدت ويمكن أن تؤدى إلى وقوع الدول فى هاوية هذه الحروب الطاحنة المدمرة بلا حدود ، لكن الوسيلة كانت مختلفة بحكم طبيعة كل من هذين التيارين الصحفيين ، فقد حرصت الصحافة القومية الجادة على الفصل بين الرأى والخبر بحيث يكون لكل

منهما صفحاته المستقلة فى الجريدة أو المجلة ، فى حين واصلت الصحافة الصفراء التلاعب فى الخلط بين الرأى والخبر لتكتسب مرونة تتيح لها مزيدًا من عوامل الإثارة الانفعالية عند المتلقين ، خاصة بعد دخول التليفزيون بقوة ورسوخ فى الساحة الإعلامية واحتمال جذبه لقطاعات عريضة من قراء الإثارة والتسلية .

كذلك توحدت الصحافة القومية والصحافة الصفراء فى عقد الستينيات تجاه قضيتين مصيريتين هما : الصواريخ السوفييتية فى كوبا والتى كانت تهديدًا مباشرًا لقلب الولايات المتحدة وأدت إلى مواجهة مباشرة بين واشنطن وموسكو ، ووضعت العالم على شفا حرب عالمية ثالثة ؛ فى أكتوبر ١٩٦٢ ، ولم يلتقط أنفاسه اللاهثة إلا بقرار نيكيتا خروشوف الزعيم السوفييتى بسحب صواريخه من كوبا . كذلك كان تورط الولايات المتحدة فى حرب فيتنام ، موضوعًا فرض نفسه بقوة على الصحافة الأمريكية بصفة عامة ، والتى لم تنقسم فى هذا الصدد إلى قومية وصفراء ، بل إلى يمينية ويسارية ، ففى كل من التيارين ، كان هناك من الصحف من يؤيد الحرب حتى الانتصار الأمريكى ، أو يشجبها لإيقاف نزيف الدم الأمريكى المتدفق والمتزايد .

ولم تكن العلاقة بين الإدارة الأمريكية والصحافة الأمريكية علاقة إيجابية مثمرة خالية من مظاهر الشد والجذب ، بل كانت علاقة متوترة ، منحت الصحافة الصفراء فرصة أكبر للضرب على أوتار الإثارة ، لأنها لا تستطيع أن تعيش بدون الأزمات الطبيعية أو المفتعلة إذا غابت الأزمات المثيرة عن الساحة . وكلما كانت الأزمة مرتبطة أو ملتصقة بالبيت الأبيض ، كانت تشكل مأدبة شهية للصحافة الصفراء . وهى غالبًا ما تكون فضيحة بمعنى الكلمة ، خاصة إذا كانت فضيحة جنسية . كما كانت نوعية العلاقة بين الرئيس الأمريكى والصحافة الصفراء على وجه الخصوص هى التى تحدد أسلوب تناول الموضوعات الحساسة والشائكة ، إما بتعريتها والكشف عن كل دوافعها وأسبابها ، أو بالتركيز العابر عليها ، أو بالتماس

الحجج والأعذار لها ، أما إذا كانت العلاقة ودية وزاخرة بالتفاهم ، مثلما كانت بين الرئيس جون كيندى والصحافة ، فإن الصحفيين يتجاهلون الفضيحة تماماً ، وربما قاموا بتغطيتها وإخفاء معالمها بطريقة أو بأخرى .

وكانت الصحافة الصفراء سجلاً واضحاً لفضائح البيت الأبيض ، بحكم أنها تقتات أصلاً على مثل هذه الفضائح . ولا شك أن البيت الأبيض يضاعف من إثارتها ، ولذلك كانت الصحف الصفراء فى بوسطن ، وشيكاغو ، ودنفر ، وسان فرانسيسكو ، ونيويورك بطبيعة الأمر ، وغيرها ، بالمرصاد لما يصدر عن البيت الأبيض ويجرى فيه . ولم تعد الصحف الصفراء مشغولة بالصراع فيما بينها كما حدث عند بدايتها بين صحيفة «نيويورك جورنال» لهيرست وصحيفة «نيويورك وورلد» لبوليتزر ، لأنها اكتشفت أن المجال أرحب وأوسع بالنسبة لجميع الصحف كى تمارس كل ما يعن لها من مغامرات وشطحات صحفية . وكان هيرست نفسه رائداً أيضاً فى الانفتاح على هذا المجال بصحيفته «سان فرانسيسكو اكزامينر» ثم سارت على النهج نفسه صحف ومجلات أخرى مثل «دينفر بوست» ، و «هاربر الأسبوعية» ، و «بوسطن بوست» ، و «نيويورك ايفننج بوست» ، و «الرالى نيوز» ، و «الأوبزرفر» فى نورث كارولينا ، و «النيويورك أمريكان» ، و «سان فرانسيسكو كورينكل» وغيرها .

وقد أثبتت الصحافة الصفراء عبر تاريخ البيت الأبيض أن آخر فضائح البيت الأبيض كما تمثلت فى العلاقة الجنسية المحرمة بين الرئيس كلينتون ومونيكا أو سابقتها باولا جونز ، كانت مجرد حلقة فى سلسلة طويلة يمكن تتبعها حتى الرئيس جروفر كليفلاند الذى رزق بمولود غير شرعى خلال فترة رئاسته الأولى . وكان للرئيس فرانكلين روزفلت عشيقة معروفة تدعى لوسى مارسير برغم أنه كان مشلولاً ولا يتحرك إلا على مقعد . كما كان الرئيس دوايت أيزنهاور على علاقة غرامية ملتهبة بسكرتيرته ، وبعده جاء الرئيس جون كيندى بمغامراته مع عشيقات كثيرات

وفى مقدمتهن النجمتان مارلين مونرو وأنجى ديكنسون . وكان قد حول حمام السباحة الداخلى فى البيض الأبيض إلى ناد مغلق للعراة . وبرغم علاقاته الوثيقة بالصحفيين على اختلاف توجهاتهم ، فقد كان ما فعله أكبر من إخفائه أو تجاهله ، ولذلك هرب من الاتهام والإدانة بفتح ملف الصراع مع السوفييت فى عام ١٩٦٢ حول قضية الصواريخ فى كوبا . وهو ما ثبت فى أشرطة التسجيل التى كشف عنها النقاب فيما بعد ، والتى اعترف فيها كيندى فى مكالمة تليفونية مع شقيقه روبرت الذى كان وزيراً للعدل ، بأنه لو لم يتخذ هذا الموقف ضد السوفييت لكان مصيره الإدانة . ومن المعروف عن الرئيس كلينتون أنه من المعجبين بكيندى سواء على المستوى الشخصى أو السياسى ، ويبدو أنه سار على نهجه فى الهروب من الفضيحة الجنسية بافتعال أزمة خارجية تحول الرأى العام إلى قضية أخرى . وكانت قضية العراق بمثابة طوق النجاة له ، وهو الطوق الذى وجده كيندى من قبل فى قضية كوبا .

وليست فضائح البيت الأبيض كلها جنسية بالضرورة . ذلك أن التربص الذى يمارسه كل من الحزبين الكبيرين : الجمهورى والديمقراطى ، تجاه الآخر ، يجعلهما يمارسان ألاعيب الصحافة الصفراء التى بدأت بها حياتها مع التربص أو الصراع الذى دار بين صحيفة «نيويورك جورنال» لهيرست ، وصحيفة «نيويورك وورلد» لبوليتزر ، بما يدل على أن طبيعة المجتمع الأمريكى تفرز هذه الصراعات التى لا تهدأ سواء فى مجال الصحافة أو السياسة . وهى صراعات تستخدم فيها كل الأساليب والوسائل والأسلحة ، سواء أكانت شرعية وشريفة أم غير ذلك ، إذ إن الغاية تبرر الوسيلة دائماً . ومن هنا كان من الطبيعى أن تولد الصحافة الصفراء فى رحم المجتمع الأمريكى الذى تحكمه قيم المهارة التجارية وصراعات السوق التى لا تهدأ . ففى عام ١٩٧٤ تورط الرئيس ريتشارد نيكسون فى مأزق أخلاقى عندما وقع فى حماقة التجسس على مبنى الحزب الديمقراطى المنافس وهو المعروف باسم

«ووترجيت» فى واشنطن . ولكن نيكسون رائد الانفتاح على الصين ، لم يجد قضية خارجية جديدة يمكن أن يستغلها فى تحويل اهتمام الرأى العام الأمريكى من قضية أخلاقية داخلية إلى قضية خارجية سياسية وأمنية فى الوقت نفسه ، مما أجبره على الاستقالة ليكون أول رئيس أمريكى لا يكمل فترة رئاسته الثانية وهو على قيد الحياة . ولو تأخرت قضية الانفتاح على الصين بعد ضبطه متلبسًا بالموافقة على عملية التجسس ، لكان من المحتمل أن يكمل رئاسته ، وخاصة أن عمليات التنصت والتجسس تمارس على كل المستويات السياسية والاقتصادية والتجارية والاجتماعية فى أمريكا . هذا بالإضافة إلى أن علاقات نيكسون بالصحافة القومية أو الصفراء لم تكن على ما يرام ، وهو ما أتاح الفرصة كاملة لجريدة «الواشنطن بوست» لكسب المعركة فى النهاية لحساب الحزب الديمقراطى ، وتحول الصحفيان اللذان نجحا فى تعرية الموقف تمامًا إلى نجمين تاريخيين من نجوم الصحافة الأمريكية ، وتم إنتاج فيلم بعنوان «كل رجال الرئيس» عن هذه القضية ولاقى نجاحًا كبيرًا . وقد أصبح اسم «ووترجيت» علمًا على كل القضايا أو الفضائح التى تنطوى على التجسس أو التنصت أو الكذب أو الخداع أو التآمر فى الخفاء مثل قضية «كونترا جيت» ، «فايل جيت» ، «مونيكا جيت» و «جيت - جيت» ... الخ .

ففى عام ١٩٨٦ انفجرت فضيحة «كونترا جيت» ، وكانت فضيحة أخلاقية سياسية مزدوجة من الطراز الأول . يتمثل الجانب الأول لهذه الفضيحة فى موافقة الرئيس رونالد ريجان رسميًا على عملية سرية لبيع أسلحة متطورة لإيران ، من خلال وسيط ثالث . وذلك برغم أن إيران كانت تجاهر بالعداء للولايات المتحدة ، وكان أن سبق لها أن اختطفت رعايا أمريكيين فى لبنان للمساومة عليهم . أما الجانب الآخر للفضيحة فيتمثل فى استخدام ثمن تلك الأسلحة لتمويل حركة «الكونترا» فى السلفادور ، بهدف إسقاط نظام الحكم المعادى هناك لواشنطن . وكل

هذا دون علم الكونجرس ، بما يشكل مخالفة فاضحة للدستور الأمريكى . وهذا يعنى أن الرئيس ريجان قد غش الشعب الأمريكى والكونجرس مرتين : أولاً بخرق قانون مقاطعة إيران وبيع أسلحة أمريكية متطورة لها ، وثانيًا بانتهاك قانون عدم التدخل فى أمريكا الوسطى دون موافقة مسبقة من الكونجرس . وعندما افتضح أمره ، ألقى بالمسئولية على رئيس الأمن القومى السابق أوليفر نورث ، ثم رفع شعار الشيطان السوفييتى - وكأنه هو الملاك الأمريكى !! - وطرح برنامج حرب الكواكب الذى رحبت وهللت له الصناعات العسكرية الأمريكية لأنها وجدت فيه فرصة ذهبية للحصول على عقود بمليارات الدولارات . وبذلك تحولت الأضواء الإعلامية والصحفية - ومعها الرأى العام الأمريكى - من الفضيحة الداخلية إلى هذا الشيطان ذى المخالب النووية المدمرة التى يريد ريجان اقتلاعها ، سواء من قواعد أرضية أو فضائية ، وكأن الإدارة الأمريكية تلعب لعبة الصحافة الصفراء عندما تفتعل قضية مثيرة حتى لا ينصرف جمهور القراء عنها . ومن هنا كان التشابه أو التوازى بين أزمة المصداقية السياسية التى تعانى منها الإدارة الأمريكية فى مراحل شبه متتابعة ، وأزمة المصداقية الصحفية التى تعانى منها الصحافة الصفراء وتضعف كثيرًا من اقتناع الجمهور بها ، لأنه يأخذها على محمل التسلية والإثارة وليس على محمل الجد والأصالة ، وهو ما أفسح المجال للصحافة القومية الجادة كى تمارس تأثيرها الفعال بل والحاسم فى تعرية فضائح الإدارة الحكومية أو أية منظومة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو حتى أهلية ، خاصة عندما تصبح البلاد فى مفترق طرق متوقع أو مفاجىء . ولذلك فإنه مهما علا ضجيج الصحافة الصفراء ، وتضاعف توزيعها ، فإن تأثيرها يظل عابرًا أو هامشيًا نظرًا لأزمة المصداقية الصحفية التى تعانى منها والتى تجعل معظم قرائها لا يأخذونها بالجدية اللازمة للاقتناع بما جاء فيها .

الفصل الثالث

أزمة المصداقية الصحفية

أزمة المصداقية الصحفية ليست مقصورة على الصحافة الصفراء فحسب ، بل يمكن أن تصيب الصحافة القومية الجادة التى كثيرًا ما تتلاشى الحدود التى تفصل بينها وبين الصحافة الصفراء . ففى شهر مايو عام ٢٠٠٣ اعترفت صحيفة «نيويورك تايمز» القومية الجادة فى مقال طويل بأن ماحدث لها هو وصمة عار أو بقعة سوداء فى تاريخها الذى امتد ١٥٢ عامًا . فقد زيف صحفى سابق بها اقتباسات ، واخترع أحداثًا ووقائع ، وكذب فى تحديد أماكن وجوده ، وانتحل مواد من مقالات وموضوعات نشرت من قبل . وهو ما وصفه رئيس تحريرها آرثر سولزبرجر بأنه «وصمة عار ضخمة ، وانتهاك للثقة بين الجريدة وقرائها» .

وقالت «نيويورك تايمز» فى مقالها الطويل أن الصحفى المعنى هو جاسون بلير (٢٧ سنة) ، وقد استقال بسبب الفضيحة ، بعد أن عمل فى الصحيفة أربع سنوات . وبمراجعة ما نشره من موضوعات بلغت ٧٣ موضوعًا ما بين أكتوبر ٢٠٠٠ إلى أن ترك العمل فى أول مايو ٢٠٠٣ ، ظهر أن هناك من الأكاذيب ، والانتحالات ، والسرقات ما يغطى أكثر من ٣٦ موضوعًا . وقد تم تكليف بلير بتغطية موضوعات هامة مثل حوادث قناص واشنطون ، وأسر الجنود الذين قتلوا أو أسروا فى حرب العراق . وكانت هذه الموضوعات التى كتبها من بين التى احتوت على مواد كاذبة أو مزيفة أو منتحلة .

ووصف كاتب المقال وهو المحرر التنفيذى بالصحيفة هاويل رينز الواقعة بأنها «غلطة بشعة» ، مما دفعه إلى تعيين فريق عمل من هيئة التحرير لاستخلاص الدروس المستفادة ، بعد أن أثبت التحقيق الذى تولاه فريق من الصحفيين ، أن بلير انتهك

مراراً وتكراراً المبدأ الرئيسى للصحافة الذى يحتم الالتزام بالحقيقة . وكانت عدته فى ممارسة هذا الخداع والاحتيال مجرد تليفون محمول ، مكنه من إخفاء أماكن تواجده ، وكومبيوتر ساعده على الحصول على الموضوعات والمقالات التى سرق منها المواد . وذكر تقرير الفريق الذى فحص كتاباته أن «أخطاء بلير أصبحت روتينية وغير مهنية» لدرجة أن محرر أخبار العاصمة طلب من الإدارة منع بلير من العمل فى نيويورك تايمز فوراً . وبالفعل صدر قرار بأن يأخذ اجازة بدون مرتب ، مع توبيخه كتابة وشفاهة ، وانذاره بالطرد من وظيفته إذا لم يرتق بأخلاقياته الصحفية . وفى أكتوبر ٢٠٠٢ أعيد إلى العمل بعد أن تعهد بأنه سيكون مثالاً للصحفى الملتزم .

ومن الواضح أن موقف مجلس إدارة «نيويورك تايمز» ليس فوق مستوى الشبهات ، إذ إن أخطاء بلير ومخالفاته التى تصل إلى حد الجريمة المتكررة مع سبق الاصرار والترصد ، كانت كفيلة بطرده نهائيًا من الجريدة ، وليس بمجرد توبيخه وانذاره بالطرد ، واقامته باجازة بدون مرتب . وهو المجلس الذى وصف ما فعله بلير بأنه وصمة عار ضخمة ، وانتهاك لثقة القراء فى جريدتهم التى تجاوز عمرها قرنًا ونصف القرن . فليس هناك فى أمريكا أسهل من طرد أى عامل أو موظف حتى إذا لم يرتكب أية مخالفة ، طالما أن هذه هى رغبة صاحب العمل . وكانت النتيجة أن بلير لم يحفظ عهده ، وسرعان ماعاد إلى ممارساته غير الأخلاقية ، فأرغمه المجلس على الاستقالة .

وقد انتقدت صحيفة «لوس أنجيلوس تايمز» سلوك «نيويورك تايمز» فى تعاملها المتهاون مع بلير ، واعتبرت حجتها عذراً أقبح من ذنب فقد كتب كل من جون جولدمان وجوش جيلين فى عددها الصادر فى ٩ مايو ٢٠٠٣ أن «نيويورك تايمز» عللت عدم اكتشاف حقيقة بلير لفترة طويلة ، بالاخفاق فى الاتصالات بين رؤساء الأقسام ، وكأنها إدارات بيروقراطية متحجرة ، وكذلك بقلة الشكاوى من الأشخاص الذين جاء ذكرهم فى الموضوعات التى كتبها ، وبراعته وأساليبه

المبتكرة فى التضليل فى صحيفة يكن لها معظم الأمريكيين عظيم الاحترام ، ذلك أن مكان مثل هذا الصحفى لابد أن يكون فى صحيفة صفراء لا تخجل من ممارستها التضليل الإعلامى جهاراً نهاراً ، ويكفيها شرفًا أنها تتصرف بصراحة وصدق لإثارة قرائها وتسليتهم ، ولا تخدعهم بادعاء الجدية والرزانة والوقار .

وإذا كان توم روزنتال مدير مشروع «التميز فى الصحافة» ، قد امتدح «نيويورك تايمز» لصراحتها فى نشرها الأخطاء والمخالفات غير الأخلاقية التى ارتكبها بلير ، لكن روزنتال انتقد الصحيفة لأنها لم تفسر بشكل كامل كيف خدع وضلل رؤساءه ، بالإضافة إلى أنها لم تكتشف حقيقته فى وقت مبكر ، وهو الذى استمر قرابة أربع سنوات ينتهج أساليب الصحافة الصفراء فى أسوأ صورها ، فى صحيفة من أعرق الصحف الأمريكية وأوسعها انتشاراً . وهو ما منح أساطين الصحافة الصفراء أقوى الحجج والذرائع لكى يردوا بها على من تسول له نفسه مهاجمتهم والتقليل أو التحقير من شأن صحفهم . فعلى الأقل عندما يمارس محرروها هذه الألاعيب والخدع ، فهم يمارسونها طبقًا لقواعد لعبة متفق عليها ، وليس دون علم مجلس الإدارة أو رئيس التحرير .

كذلك قالت أستاذة الصحافة مارى كابلان إن قصة بلير هى درس فى أصول الصحافة القومية والجادة والعريقة ويتلخص فى مبدأ لا يمكن أن يتجاوزه أو يتجاهله أحد وهو : «لاتستخدم مكان مصدر الخبر إلا إذا كنت قد زرته بالفعل ، ولا تقتبس قولاً لأحد مالم تكن قد أجريت معه مقابلة» . وتؤكد مارى كابلان على هذه النواهى لأن الخبر فى الصحافة القومية الغربية بصفة عامة ، والصحافة الصفراء بطبيعة الأمر ، يظل فى كثير من الأحايين سلعة وليس خدمة . ولذلك يصبح العامل الحاسم فى تقرير ما ينشر هو مدى إقبال الجمهور على هذا الخبر أو ذاك ، ولذلك ترى الصحافة الصفراء بصفة خاصة أن القارئ دائمًا على حق ، تمامًا مثل موقف الزبون فى المجال التجارى . ومن هنا كان الاهتمام بالأخبار السلبية

بالنسبة للصحافة القومية الجادة ، وبالأخبار التى يمكن صياغتها بشكل مثير ومسل ومبالغ فيه حتى لو تم تحريفها بالنسبة للصحافة الصفراء الخفيفة . ذلك أن الاهتمام بهذه النوعية من الأخبار هو خيار تجارى بحت ، تفرضه ظروف المنافسة الشديدة بين الصحف ومحطات التليفزيون ، كما تفرضه رغبات جمهور يقبل أكثر على متابعة أخبار الفضائح والجرائم والانحرافات والصراعات بمختلف أنواعها التى كلما كانت حريفة وملتهبة وشاذة ومغرقة فى الإغراب ، ازداد اقبال القراء عليها .

ويحرص معظم الصحفيين الغربيين على القول بأن الصحافة يتعين عليها الاهتمام أكثر بالسلبيات ، لأنها تمثل مصدر خطر دائم ومتصاعد على المجتمع ، ويجب توعية الرأى العام بها . وهذا صحيح إلى حد كبير ، لكنهم لا يريدون الاعتراف بأن وراء الاهتمام بالأخبار والقضايا السلبية من جانب الإعلام فى بلادهم أسباباً أخرى غير التى يسوقونها فى مناقشاتهم . وفى مقدمة هذه الأسباب أن الخبر فى الصحافة الغربية سلعة وليس خدمة ، ولعل هذا السبب هو الذى يفسح المجال تماماً للصحافة الصفراء كى تصول وتجول ، خاصة عندما تجد الصحافة القومية الجادة العريقة تنافسها فى ترويج الخبر بصفته سلعة . ومما يسعد الصحافة الصفراء فى هذه المنافسة أنها تملك أساليب وأسلحة تجعل لها القدح المعلى فيها لأن الصحافة القومية لا تجرؤ على استخدام مثل هذه الأساليب والأسلحة ، وإلا فقدت وقارها وجديتها فى نظر قرائها عندما لا يجدون فرقًا بينها وبين الصحافة الصفراء الخفيفة وربما الرخيصة .

وإذا كانت الصحافة الصفراء قد ولدت فى عنفوان الاستعمار الغربى ، فإنها لم تقتصر على تعرية سلبيات المجتمعات التى نشأت فيها ، بل امتدت لتشمل المجتمعات التى وقعت تحت نير الاستعمار ، وبأسلوب فيه الكثير من التعالى والتحقير والاستهزاء . ولذلك أصبحت الكوارث والمجاعات والاختلاسات والفضائح بكل أنواعها هى مفردات التغطية الإخبارية للدول النامية أو المتخلفة ،

بحيث تبدو هذه الدول - من خلال هذا المنظور الاستعمارى - وكأنها خلت تمامًا من أية محاولة للبناء والتعمير والتنمية ، لا فرق فى هذا بين صحافة قومية أو صحافة صفراء . وهى الظاهرة التى أثارت جدلاً فى معظم دوائر الرأى والبحث والدراسة ، وأثبتت أن المشكلات التى نشأت فى الماضى ولا تزال تلقى بظلالها على المستقبل ، هى نتيجة هذه النظرة التى تعد عنصرية إلى حد كبير . ولذلك يعتبر علماء النفس أن حرص الصحافة الصفراء على توظيف كل التوابل الحريفة الممكنة ، وأحيانًا الصحافة القومية ، سواء فيما يتصل بما يدور فى مجتمعاتها أو خارجها ، يذكر الناس يوميًا بأنه لا يوجد سوى الفساد والعفن والشر فى مختلف أرجاء العالم ، وينشر اليأس والاحباط والاكتئاب ، عندما يعجزون عن رؤية ولو بقعة مضيئة واحدة تعيد إلى نفوسهم المكدودة بصيصًا من أمل .

ولا تصدر كل هذه المشكلات بل والمعضلات عن الأساليب المتبعة فحسب ، بل تصدر أيضًا عن الطبيعة المعقدة والمتشعبة والمتشابكة للمنطلقات الفلسفية والفكرية والنظرية والتطبيقية والإجرائية للعمل الصحفى نفسه ، والتى يمكن أن تتولد عنها أزمة المصداقية الصحفية عندما يتسلل المغرضون والانتهازيون والمستغلون إلى داخل المجال لتحقيق أهدافهم الخفية التى سرعان ما تبدو كالبثور على جسد المنظومة الصحفية ، ويعوقها عن القيام بدورها التنويرى بمعطيات العصر الحقيقية . يكفى مثلاً للتدليل على وعورة هذه المعضلات وصعوبتها ، عدم إمكان تحديد خط فاصل بين الخبر والشائعة ، مما يتيح الفرصة للصحافة الصفراء للمزج بين الخبر والرأى والشائعة بهدف التلاعب بعقول القراء ، وتغييبها إن أمكن .

وقد حرص علماء الإعلام وخبراء الصحافة على تحديد خط فاصل بين الخبر والشائعة ، على أساس أن الخبر هو دائمًا حدث فى مرحلة التكوين ، ويوم أن تكتمل دلالته ومعناه ، ويتكشف للمتلقين كل أبعاده وجوانبه ، فإنه يفقد صفته الخبرية لأن دلالته كخبر ، تصدر عن كونه ليس معلومًا بعد بشكل متكامل ،

وبالتالى يفسح المجال لانتشار الشائعات ، وهو المجال الذى تصول فيه الصحافة الصفراء وتجول ، لأنها تدرك جيداً أن «المعلومة» ليست دائمًا خبراً ، فهى خبر فقط لفترة وجيزة بين لحظتين : لحظة وقوع حدث ثم تكوينه لمعلومة معينة . إنها معلومة عن شىء حدث لكنه ليس معروفًا بعد ، ثم اللحظة التى يحيط فيها الناس علمًا بهذه المعلومة ، فتكتمل عندئذ أركانها كخبر . لكن المفارقة تكمن فى أن إحاطة الناس علمًا بالخبر ، هى فى حد ذاتها اللحظة التى تزول عن المعلومة صفتها كخبر.

وبصفته مصدراً للمادة الصحفية بصفة عامة ، فإن الحدث ، بمجرد وقوعه ، يصبح واقعة موضوعية فى حد ذاتها ، لكن مع تحوله إلى خبر ، يصبح واقعة اكتسبت صفة ذاتية مضافة إلى صفتها الموضوعية . وتتأتى هذه الصفة الذاتية من أن الناس قد احيطت علمًا بالخبر ، وتفاعلت معه ، فأصبح جزءًا من وجدانها ومخزونها المعرفى . حينئذ يصبح الخبر بدوره ، فى أذهان الناس ، مجرد معلومة ، لأن الخبر لا ينبض بالحياة إلا فى المرحلة التى يتحول فيها الحدث من واقعة موضوعية إلى واقعة ذاتية أيضًا بعد أن اتيحت للناس فرصة الانفعال بها ، كل من زوايته ومنظوره ، فأصبحت شيئًا خاصا به . ذلك أن الانفعال بطبيعة نشاط ذاتى محض لكن بمجرد انحساره ، يصبح الخبر معلومة فى المخزون المعرفى للشخص ، أى معلومة سابقة تنتمى إلى الماضى الذى لن يعود ، أى معلومة ميتة بمعنى أدق ، لأن هذا المخزون المعرفى ليس سوى مقبرة الأخبار .

وربما كان الحد الفاصل بين الخبر والشائعة هو نفسه الذى يمكن أن يفصل بين الصحافة القومية الرفيعة والصحافة الصفراء الهابطة . ذلك أن الخبر هو ما يرصده المخبر الصحفى بحسن نية ، وبنزاهة وموضوعية احترامًا وحرصًا على مصداقية جريدته ، فى حين أن الشائعة تحمل فى طياتها شبهة سوء النية التى تجعل من راصدها وناقلها شخصًا مغرضًا ، يريد بها النيل من شخص آخر ، قبل الشروع فى تغطية الحدث المطلوب . ومع ذلك فالأمر ليس بهذه البساطة لأن تحديد خط فاصل

بين حسن النية وسوء النية مسألة ذاتية محضة ، يتعذر فيها وضع مقاييس موضوعية . قد يقال إن أحكام القانون تحدد خطًا فاصلاً بين ماهو جائز فى التعاملات بين الناس وما هو غير جائز وبالتالى يجرمه القانون . فمن سلطتها وطبيعتها أن تميز بوضوح بين ما يعتبر مقبولاً فى المجتمع وما يعتبر مرفوضًا ، لكن حسن النية وسوء النية ينسبان إلى الأخلاق قبل أن ينسبا إلى القانون . ولذلك لا تتطابق أحكام الأخلاق دائمًا مع أحكام القانون . فهناك رذائل كثيرة يرتكبها الناس قد لا تكون مرفوضة قانونًا ، برغم أنها يمكن أن تؤدى إلى كوارث ، لكنها مرفوضة أخلاقيًا فقط . وبحكم أن المجتمع يتعامل مع القانون ، ولا يتعامل مع الأخلاق ، فمن الصعب تقرير خطوط فاصلة موضوعية ، بين سوء النية ، وحسن النية . ومن هنا أيضًا كان من الصعب تحديد نفس الخطوط بين الصحافة الصفراء والصحافة القومية.

ونظرًا للارتباط الوثيق بين الصحافة والسياسة ، فإن تقلبات التوجهات والمفاهيم والقيم السياسية التى لا تتوقف أبدًا ، تنعكس بدورها على الصحافة المحكومة دائمًا بالظروف النسبية التى تمر بها . فمثلاً فى أثناء الحرب العالمية الثانية ، كانت كل من السياسة والصحافة ، تقدس مناهضة قوات الاحتلال النازى بأعمال شتى فى منتهى العنف الدموى إلى أن تحقق النصر عليها ، فى حين أن مناهضة الاحتلال الاسرائيلى بالعنف ، تعتبر فى نظر السياسة والصحافة الأمريكية والغربية من الكبائر ، وتوصف بالإرهاب ، برغم ممارسة إسرائيل لإرهاب أبشع من الإرهاب النازى . ففى محيطات السياسة والصحافة المتلاطمة لا توجد ثوابت فى مجالات القيم الإنسانية . ولعل ازدهار الصحافة الصفراء وانتشارها على المستوى العالمى ، يرجعان إلى أن الأمور أو المواقف أو التوجهات التى قيل إنها ترتبط بالقيم الأخلاقية ، هى فى حقيقة أمرها ترتبط بالقيم أو الرؤى السياسية ، وبالمرجعية الآنية التى يحتكم إليها طرف بعينه فى أثناء تصديه لحدث بعينه .

وعند التفرقة بين ما يعد حسن نية وسوء نية فى تفسير أو تشخيص خبر بعينه ، يأتى البعد السياسى المتغير قبل البعد الأخلاقى الثابت وكذلك البعد القانونى الحاسم . فالسياسة لا تخضع للقانون ، حتى لو كان دوليًا ، لأنها ليست مقيدة بنص لا يمس ، وتنطوى على أكثر من تفسير أو رؤية أو مرجعية . بل إن جوهرها ينهض فى أحايين كثيرة على قانون القوة وليس قوة القانون الحاسم ذى النصوص الواضحة التى تحدد ماهو جائز وماهو غير ذلك بناء على مرجعيته التى لا تحتمل التفسيرات المتعددة ، ناهيك عن المتناقضة . أما مرجعيات السياسة فلا تتسم بنفس القدر من الحسم . لكن هناك مفارقة لا يمكن تجاهلها ، وهى أن السياسة هى التى تصنع القانون ، وليس القانون هو الذى يصنع السياسة . وهذا لا ينطبق على الدول الديكتاتورية فحسب ، بل على الدول الديمقراطية أيضًا . فمن خواص الديمقراطية ، مثلاً ، وضع السياسة فى المقدمة قبل القانون ، بشرط واحد فقط ينص على اجراء التغييرات السياسية فى حدود القانون . وبالتالى فإن الحزب أو الأحزاب التى تملك الأغلبية السياسية ، تملك فى الوقت نفسه سن القوانين الجديدة وإلغاء القديمة ، حتى لو كانت متناقضة تمامًا معها ، دون أى اعتبار للمقاييس الأخلاقية .

وأوروبا الغربية التى تعد مهد الديمقراطية ، تمنح السياسة الأولوية على القانون والأخلاق . فمثلاً تسفر الانتخابات عن فوز حكومة اشتراكية على حكومة رأسمالية ، فتشرع فى عمل تأميمات ، وتدعيم القطاع العام المنسوب إلى الدولة بصفته الدعامة الرئيسية لنهضتها الاقتصادية والاجتماعية . ثم تأتى الانتخابات التالية بنتيجة معاكسة تمامًا ، تتمثل فى نجاح حكومة محافظة يمينية ، فترفع شعار الخصخصة ، وتعيد الهيمنة إلى القطاع الخاص بصفته قاعدة الإنطلاق الوحيدة نحو الازدهار الاقتصادى والاجتماعى . وهذا يعنى وجود أكثر من منظور سياسى لإدارة المجتمع ، ولكل مشروعيته الخاصة به والتى يمكن أن تتناقض مع مشروعية

المنظور السابق ، بل وتدينها وتشجبها . فالمسألة نسبية تمامًا نظرًا لزمام المبادرة الذى تمسك به السياسة فى مواجهة القانون والأخلاق .

وما ينطبق على نسبية السياسة ينطبق أيضًا على نسبية الصحافة التى لولا وجودها القوى فى الساحة ، لما وجدت الصحافة الصفراء التى تصول وتجول فى الإطار المرن والمطاط لهذه النسبية . فإذا كان المخبر الصحفى محكومًا بالتزام النزاهة والموضوعية فى رصد الخبر ونقله ، فإن هذا الالتزام بالموضوعية لا يعنى غياب المرجعية التى تفرض نفسها عليه بطريقة أو بأخرى . وسواء أراد المخبر الصحفى أم أبى ، فإن الخبر يستدعى بالضرورة رؤية سياسية . وما يعتبر مغرضًا ذاتيًا أو موضوعيًا غير مغرض فى السياق الذى يحكمه ، هو فى حقيقته قضية سياسية قبل أن تكون قضية خبرية أو صحفية أو إعلامية . خاصة فى هذا العصر الذى يسيطر فيه الإعلام على عقول البشر وتحركاتهم ، وتتضارب فيه المرجعيات بين شتى ألوان الطيف ودرجاته التى يصعب رصدها وتقنينها .

ولم يقتصر الأمر على المرجعيات القومية التى تنتسب إلى كل بلد على حدة ، بل ترتبت على تكنولوجيات الإعلام المعاصر الدولى ، مرجعية كونية تمثلت فى شبكات الاتصال الدولية وفى مقدمتها «انترنت» ، والتى جعلت من الإعلام آلية تتسع للكوكب كله . وأصبح من الطبيعى ومن المتوقع حدوث احتكاكات متعددة بين المرجعية الكونية والمرجعيات القومية ، لأنه لا توجد مرجعية لوجه الله تعالى ، فكل مرجعية تنشأ لغرض فى نفس يعقوب . فالشبكات الدولية للإعلام لا تمل من رفع شعارات الديمقراطية وتطبيق آلياتها ، سواء أكانت صادقة فى هذا الزعم أو تهدف به إلى خداع الجمهور وتضليله . وفى هذا المناخ الإعلامى الدولى الجديد ، ظهرت إمبراطوريات إعلامية على رأسها أباطرة من ذوى المصالح الأخطبوطية على مستوى العالم ، منهم على سبيل المثال بيل جيتس صاحب

إمبراطورية «مايكروسوفت» ، وروبرت ميردوخ الأسترالى الجنسية ، وأحد أباطرة الصحافة فى بريطانيا ، وغيرهما ممن يعتبرون أقوى من رؤساء الدول . بل إن منهم واحداً لم يقتنع بامبراطوريته الإعلامية العملاقة ، فدخل معترك السياسة لكى يصبح بالفعل رئيس وزراء إيطاليا وهو بيرلوسكونى .

إن هؤلاء الأباطرة المعاصرين يملكون القدرة على تلوين وتوجيه حركة الأخبار ، وتسخير ما تملكه تكنولوجيا الإعلام الحديث من التلاعب بالعقول من خلال تحوير دلالات الأخبار بل وتحريفها ، حتى يطوعوها لمصالحهم وأهدافهم العاجلة والآجلة . كل هذا يتم تحت أعلام مرجعيتهم المعلنة ، وهى الديمقراطية وحقوق الإنسان . وحجتهم القوية فى هذا الصدد أن المواطن العادى أصبح يملك الحق فى تداول كل الأخبار ، بل أصبح من المستحيل فنياً فى هذا العصر حجب أو إخفاء خبر جرى تداوله علي نحو أو آخر ، سواء من ناحية الدولة أو الحاكم أو النظام ، أو حتى أباطرة الإعلام أنفسهم الذين بيدهم تحوير الأخبار وتلوينها لخدمة مصالحهم الخفية . لكن هذا لا يمنع أن يمارسوا لعبة الصحافة الصفراء فى التلاعب بعقول المتلقين وانفعالاتهم من خلال أساليب التلوين والتحريف والإثارة غير المباشرة ، حتى لا يدركوا أن هناك من يصنع لهم أفكارهم وتوجهاتهم ، بل هم أصحابها ومبتكروها والمتحمسون لها . ففى النهاية لابد أن يكون هناك من يمسك بدفة الأمور ، حتى لو كان بين الكواليس السياسية والإعلامية التى لا يرصدها أحد . ذلك أن الأمور فى هذا المجال لا يمكن أن تجرى فى أعنتها دون أن تكون هناك يد متحكمة فى هذه الأعنة .

ويبدو أن ألاعيب الصحافة الصفراء وحيلها وخدعها ، قدر إعلامى لافكاك منه ، بحيث يصبح الهدف الأساسى هو التقليل من سطوته بقدر الإمكان ، لأن التخلص منه نهائياً يبدو من رابع المستحيلات ، نظراً لأن الأخبار يحيط بها دائماً

قدر أو آخر من الشائعات ، خاصة الأخبار العاجلة أو الساخنة التى تتولد عن الصراعات السياسية والاجتماعية التى تكتسب عند المتلقين حدة متزايدة ذات طابع شخصى ، كلما تفاقمت تفاعلاتها ، خاصة فى المعارك الانتخابية . ذلك أن من أبرز خواص الثورة الإعلامية المعاصرة أنها لا تسمح بحجب أى خبر ، أو كتم أية شائعة . ومع التدفق المعلوماتى المعاصر ، فإن أية محاولة لحجب الأخبار ، إنما هى أكثر الطرق فاعلية لتحويلها إلى شائعات تتناثر وتتلون وتتحور كما تشاء .

هنا يجب تطبيق مبدأ «دع الأمور تجرى فى أعنتها» ولكن بشرط احتواء الشائعات بالمزيد من المصارحة والمكاشفة والتنوير والتوعيه ، وليس بالكبت أو الحجب أو التجاهل ، فهذه كلها أساليب تجاوزها الزمن تمامًا . فمن شأن المصارحة أن تسد فجوة واسعة يمكن أن تتسلل منها الصحافة الصفراء لتستغل الشائعات العفوية أو المغرضة فى التلاعب بالعقول والانفعالات . وخبراء هذه الصحافة يدركون جيداً أنها تعانى من أزمة حادة فى مصداقيتها الصحفية ، وأن أكثر القراء اقبالاً عليها ، يأخذونها على محمل الخفة والتسلية . ولذلك فهم حريصون على سد هذه الفجوة بأساليب تستفيد من التطور المنهجى والتكنولوجى الكبير الذى مكن الصحافة من الوقوف فى مواجهة الشبكات الفضائية التى تمسك بخناق العالم .

إن الصحافة الصفراء لم تعد تهدف إلى الإثارة والتسلية والمتعة فحسب ، بل كثيرًا ما تتبع بعض أساليب الصحافة القومية الجادة ، حتى لا يشعر القراء بأن هناك حدودًا واضحة ومتبلورة فيما بينهما ، وخاصة أن الصحف القومية العريقة لا تستطيع أن تتخلص تمامًا هى الأخرى من أزمة المصداقية الصحفية ، بدليل أن هناك طابورًا طويلاً من الصحفيين الذين يضبطون وهم يمارسون حيل وخدع وأكاذيب الصحافة الصفراء الهابطة فى صحف قومية عريقة مثل «نيويورك تايمز» . وربما كان عدد الذين لا يتم ضبطهم متلبسين أكبر ، لأن إثبات التهمة عليهم ليس سهلاً . فليس هناك مفتشون صحفيون يلهثون وراء المراسلين والمخبرين الصحفيين للتفتيش

عن أخطائهم ومخالفاتهم التى تهدد مصداقية الجريدة التى يعملون لها . وغالبًا ما يتم الضبط عن طريق الصدفة المحضة أو الوشاية من صحفى آخر . فالمعضلة تعود أولاً وأخيرًا إلى ضمير الصحفى الذى يجب أن يكون رقيبًا عليه ، لكنه رقيب معرض دائمًا لإغراءات وانحرافات قد يعجز عند مقاومتها .

ولكى تكتسب الصحف الصفراء مصداقية خاصة بها ، فهى تركز على السبق الصحفى فى أى مجال وبأى ثمن . فهى تترك لمخبريها ومراسليها مطلق الحرية فى رصد أو كشف أو تعرية أية شخصية أو موقف ، دون الرجوع إلى الرؤساء حتى لا يضيع الوقت ومعه السبق الصحفى الذى لا يستطيع أحد أن يكذبه لأنه واقعة مثبتة ولها شهودها ، وذلك برغم أن بعض الصحف الصفراء الهابطة ، يلجأ إلى «فبركة» السبق الصحفى إذا عجز عن اكتشاف فضيحة حقيقية ، لكن إذا تكررت هذه الخدع والأكاذيب ، فإنها تفقد مصداقيتها تمامًا عند القارئ الذى لن يقبل هذه الاستهانة المتكررة لعقله . وكم من صحف صفراء اندثرت وطواها الزمن عندما طغت الأكاذيب والأوهام فيها على الحقائق والوقائع .

وإذا كانت الصحافة الصفراء تعتمد إلى حد كبير على إثارة الانفعال ومخاطبة العاطفة ، سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ، لكى تحقق أهدافها ، فإن هذا لا يعنى إهمال الجانب العقلى . وبهذا تقترب من الصحافة القومية الجادة التى تحرص على احترام عقل القارئ . فقد أدرك خبراء الصحافة الصفراء ضرورة أن يلعب العقل دوره ، وإن كان دوره يأتى فى المرتبة الثانية بعد العواطف والانفعالات فى قوة التأثير ، لكنه دور كفيل بمنح الصحيفة الصفراء مصداقية هى فى أشد الحاجة إليها ، وخاصة فى غياب الحدود الواضحة بين الصحف القومية الجادة والصحف الصفراء الخفيفة ، إلا إذا كانت هابطة بطريقة فاضحة . فليس هناك الحكم الفيصل الذى يشير بعصاه لكى تصطف الصحافة القومية والصحافة

الصفراء فى طابورين منفصلين . فإذا كانت الصحافة الصفراء تعتمد إلى حد كبير على التلاعب بالمشاعر والانفعالات ، فإنه من المستحيل وضع فاصل مانع بين العقل والعاطفة ، إذا إن الجانبين متداخلان ، لا توجد بينهما حواجز فاصلة ، بل يخضعان لعاملى التأثير والتأثر المتبادلين .

وإذا كان هدف الصحافة الصفراء هو جذب أكبر عدد من القراء فى أقصر وقت ممكن ، فإنه من الصعب أن يتم ذلك عن طريق العقل . فمن المعروف أن التفكير العقلانى يحتاج إلى جهد ووقت أكبر مما تحتاجه الانفعالات والمشاعر ، وطالما أن القلة من الناس هى التى تتمتع بالقدر اللازم من الإرادة لاختيار أصعب الطريقين ، فإن الأسلوب الذى يثير الانفعالات والمشاعر ، يصبح أقدر وأسرع فى تحقيق الهدف من الأسلوب الذى يتطلب جهداً ووقتًا للاستيعاب وإلى تأملات عقلية مهما كانت خفيفة وبسيطة . لكن الصحافة القومية الجادة بدورها تضع فى ذهنها المستويات الثقافية والفكرية المتفاوتة لقرائها . وهى مستويات تتراوح بين الصفوة أو النخبة وبين ما يمكن أن يسمى بالقاعدة الشعبية . ومن هنا كانت إثارة الإنفعالات والمشاعر مدخلاً ضروريًا لها لكى تصل إلى مستويات أو قطاعات من القراء يمكن أن تشكل أغلبية ضخمة .

وبرغم هذه الأرضية المشتركة التى تقف عليها كل من الصحافة القومية الجادة والصحافة الصفراء الخفيفة ، فإن هناك فروقًا واضحة بينهما ، سواء فى التوجه أو النبرة ، أو أسلوب التحرير ، أو نشر الصور والعناوين الرئيسية ... الخ . من هذه الفروق تركيز الصحافة الصفراء على الأشخاص وليس الموضوعات ، لأن حشد كل الجهود ضد الأشخاص يسهل التعامل مع المشكلة أو القضية ويبسطها لقارئ الإثارة والتسلية عندما تنفتح شهيته لمعرفة أسرار الحياة الخاصة لأبطال المشكلة ، برغم أنها يمكن أن تكون عديمة الجدوى فى استيعاب أسباب المشكلة ومفرداتها .

فى حين أن المعالجة الموضوعية الرزينة للمشكلات والقضايا ، مسألة يمكن أن تكون معقدة بل ومملة للقارئ العابر الذى يميل إلى البساطة بل والسطحية حتى لا يفقد متعة الإثارة والتسلية التى ينشدها . ولذلك تتبع الصحافة الصفراء المبدأ الصحفى الذى يقول إن «الأسماء هى التى تصنع الأنباء» .

وهناك مبدأ آخر تتبعه الصحف الصفراء ، وهو أن الأهم ليس الذى يجرى فى الواقع ، وإنما كيفية تصوير الذى جرى للمتلقين ، ذلك أن عملية التصوير والتلوين بل والتحريف عملية مستمرة ومتنوعة ومختلفة طبقًا لمنظور كل من يتناولها ، فى حين أن الحدث يقع مرة واحدة فقط ولا يتكرر . هذا بالإضافة إلى أن الحدث عندما يقع ، يمكن أن يشاهده البعض وقد لا يشاهده البعض الآخر . وقد يكون من السهل الإلمام به ، وقد لا يكون هذا متاحًا ، ولذلك فإن العلم بالحدث هو دائمًا هش وغير يقيني ، فى حين أن الإعلان عنه وتناقله ، يتوقف على الناقل أكثر مما يتوقف على الحدث ذاته . فالعملية نسبية ومراوغة ومفتوحة لكل من يستطيع أن يدلى بدلوه ، بحيث يمكن أن تتفاوت النسب التى تصل من الحقيقة إلى المتلقين ، تفاوتًا هائلاً ، قد يصل إلى درجة اندثار هذه الحقيقة إلى حد كبير فى حالة الصحف الصفراء الهابطة أو المشبوهة .

ومن الواضح أن هناك تشابهًا إلى حد التطابق بين أساليب الصحافة الصفراء وأساليب توجهات وتيارات سياسية عديدة عبر التاريخ ، مما يدل على أن منظومة الصحافة الصفراء التى تبلورت فى أواخر القرن التاسع عشر ، لم تصدر عن فراغ ، بل إن جذورها تضرب فى أعماق الماضى الذى عرف - عبر العصور المتتالية - أنواعًا لا حصر لها من المناورات والألاعيب والخدع والتشويه وطمس الحقائق وتحويرها ... الخ ، مما جعل صفحات التاريخ فى أحايين كثيرة نوعًا من الصحف الصفراء المتنوعة . وفى كل الأحوال كان التاريخ فى خدمة الحاضر ، أو مجرد أداة

فى صراعات الحاضر . لم يكن التاريخ أبدًا أكاديميًا ، ولا موضوعيًا ، ولا منزهًا من الغرض ، ذلك أن تحليل التاريخ أو تفكيك هياكله المتعارف عليها بحثًا عن دوافعه ومحركاته الحقيقية ، يثبت هشاشة الادعاء بأن التاريخ ينهض برسالة موضوعية ، وأنه يروى ما حدث دون تحوير أو تحريف أو تشويه .

ولذلك يعانى التاريخ من أزمة المصداقية التى لا تستطيع الصحافة أن تتخلص منها . إنه ما يريده البشر فى الحاضر أن يكون ، وليس ماكان بالفعل ، ذلك أن الذين يشغلهم الحاضر ، ينتقون من التاريخ مايهمهم ، ويخدم قضيتهم ، ويدعم رؤيتهم لمقتضيات الحاضر وتطلعات المستقبل ومتطلباته . فهم يقرون من فى نظرهم جدير بأن يحتل مساحة مرموقة على صفحاته ومن لا يستحق هذا الامتياز . وهو ما يذكرنا بكلمة مشهورة قالها نابليون فى نهاية معركة خسرها . فقد كان يمر بين خيام ضباطه وجنوده ليتفقدهم ويرفع من روحهم المعنوية حتى لا يظنوا أن تلك الهزيمة هي نهاية العالم . وفى هذه الجولة التفقدية وجد جنديًا أضاء المصباح فى خيمته ، ووضع أمامه سجلاً مفتوحًا وقد انخرط فى البكاء . وعندما سأله عن السبب ، انتفض الجندى واقفًا ومعظمًا إياه ، وهو يتساءل فى مرارة ماذا سيكتب بعد هذه الهزيمة المرة بحكم وظيفته كمسئول عن تسجيل يوميات الحرب ؟! أجابه نابليون فى سخرية واضحة : «اكتب كل ما يعن لك من وقائع شهدتها وجرت بالفعل ، لكننا نحن الذين نكتب التاريخ فى النهاية !! دون أن نذرف دمعة واحدة . فنحن سادته مهما جرى لنا !!» . أى أن نابليون كان يتحدث عن دستور الصحافة الصفراء دون أن يدرى !!

وإذا غصنا أكثر فى أعماق الماضى ، سنجد أن تشويه الوقائع والأفكار كان يزداد فى فترات الاضطرابات الفكرية ، ونقاط التحول الزاخرة بالاهتزازات السياسية والاجتماعية ، والتى لم تتبلور ملامحها بعد . فمثلاً فى النصف الثانى من القرن الخامس قبل الميلاد ، ظهرت مدرسة عرفت باسم السوفسطائية فى

اليونان ، واستطاعت أن تفرض نفسها على الحياة الفكرية والثقافية والسياسية والاجتماعية ، لبراعة أصحابها فى التلاعب بالحديث والحوار والمنطق لدرجة قلب الحقائق رأساً على عقب . كانت الألفاظ والمعانى والأفكار مثل الكرات بين أقدام اللاعبين ، فبهروا الطبقات الشعبية من ذوى الأفق المحدود كما يبهر الحواة جمهور المتفرجين ، فقد كانوا قادرين على اقناعهم بأى شىء يريدونه ، وذلك بتقديم الدليل والبرهان العقلى على أن جوهر الحياة ينهض على التناقضات ، وبالتالى فإن الشىء الواحد يمكن أن يكون ذاته ونقيضه فى الوقت نفسه ، أى يكون أبيض وأسود ، كبيراً وضئيلاً ، عظيماً وحقيراً .. إلخ لأنه لا يوجد شىء مطلق فى حد ذاته ، وكل الموجودات تحت رحمة نسبية لا حدود لها .

وخطورة هذا التوجه القديم أنه انعكس بقوة بل وفرض نفسه على المثل والأخلاق ، فلم يعد هناك فرق بين الخير والشر ، بين الصواب والخطأ ، بين الفائدة والضرر فى أى عمل ينهض به الإنسان . وكان جمهور هؤلاء السوفسطائيين فى الزمن القديم يشبه إلى حد كبير قراء الصحافة الصفراء فى الزمن الحالى ، ذلك أن نجاح هؤلاء المحاورين البارعين فى الخداع والمغالطة ، يرجع فى جزء منه إلى براعتهم اللغوية فى التلاعب بالتناقضات الفكرية ، وفى الجزء الآخر إلى سذاجة وسطحية جمهورهم المبهور بهم ، والذى لم يدرب عقله على نقد الأفكار ، وكشف المغالطات ، وفضح الأكاذيب التى تكون منهجهم الفاسد . وهم الذين سخر منهم الكاتب المسرحى العبثى يوجين أونيسكو فى مسرحيته «الدرس» ، حين قال : «سقراط مات . القطط تموت . إذاً سقراط قطة» ، برغم أن خمسة وعشرين قرناً تفصل بينه وبينهم ، إلا أنه كان يؤمن أن الجانب السوفسطائى فى العقل البشرى يمكن أن يزدهر فى أي عصر بمجرد توافر العوامل والعناصر المؤدية إلى ذلك ، وبالفعل كانت السوفسطائية من الأساليب التى حرص عليها محررو الصحف

الصفراء . وكما كان السوفسطائيون يتاجرون بالعلم والفكر والمنطق ، ويحققون ربحًا كبيرًا ، ويعيشون عيشة الأثرياء ، أصبح أصحاب الصحف الصفراء يتاجرون بالصحافة ، ووصل بعضهم إلى مرتبة المليارديرات ، ومعظمهم إلى درجة المليونيرات لسهولة تجارتهم التى نادرًا ما تعرف الكساد .

وكما تزدهر الصحافة الصفراء فى المناخ الديمقراطى الذى يؤمن بأن قوى التصحيح الكامنة فيه ، كفيلة بانتاج آليات ذاتية تضع الأمور في مسارها الصحيح ، فإن السوفسطائية ازدهرت أيضًا في ظل الديمقراطية الأثينية المشهورة التى تركت العنان لانتشار أفكار غريبة ونظريات مضللة ، فانتهز بعض المثقفين انفتاح الباب على مصراعيه للحرية الفكرية ليستغلوا قدراتهم فى الجدل واللعب بعقول الآخرين . فى البداية كان لقب «سوفيسطوس» يطلق على الفقيه اللغوى بمعنى «معلم البيان» ، وهو لقب مثير للتبجيل والاحترام ، لكن الممارسات المشبوهة والخبيثة غيرت دلالته فأصبح يعنى «المجادل المخادع» أو «المتلاعب بالأفكار والعقائد» أو «المغالط بالمنطق» . فقد اشتهر السوفسطائيون بقدرتهم الفائقة على إثبات صحة القضية المطروحة ونقيضها ، من خلال مزج الحق بالباطل فى توليفة غاية في الدهاء ، بحيث لا يعرف الناس العاديون حدود هذا من ذاك ، فتختلط عليهم الأمور وينقادون مقتنعين بما يسمعونه .

وقد أثبتت الديمقراطية الأثينية قدرتها على التصحيح الداخلى بظهور سقراط الذى قام بالدور الذى تنهض به الصحافة القومية الجادة العريقة فى هذه الأيام . فقد نادى بين الناس بالفكر السلس ، الناصع ، الواضح الذي يوظف العقل فى إدراك حقائق الحياة وقضايا الوجود فى منابعها الأولى الصافية التى لم تلوثها السفسطات المغرمة بالدوائر المفرغة ، والطرق المسدودة ، والمتاهات الجانبية . وأعلنها حملة تنويرية وعقلانية ومنطقية على كل حيل السوفسطائين وخدعهم وألاعيبهم اللغوية والمنطقية، بتفنيد كل الأكاذيب ومظاهر الزيف التى رسخوها بصفة خاصة فى عقول

الشباب . واستطاع بهذه الحملة التنويرية أن يطارد جحافل الظلام والضياع ، باخراج الشباب من دوامات الحيرة التى وقع فيها ، وإدخال الفكر الإنسانى بصفة عامة فى مرحلة جديدة كشفت زيف السوفسطائيين فى تلاعبهم بالقضايا والأفكار ، وأوضحت البون الشاسع بين الفلاسفة والمفكرين وبين الحواة والمحتالين .

لكن تاريخ الفكر الإنسانى أثبت أن السوفسطائية لم تكن مجرد مرحلة تاريخية ارتبطت بفترة معينة وانقضت بلا رجعة ، بل هى تيار يمكن أن ينبع أو يتدفق فى أى عصر تتوافر فيه الظروف لذلك ، لأنه مرتبط بالجانب السلبى فى العقل البشرى ، وهو الجانب الذى يستسهل تحقيق أهدافه بأبسط وأسرع وأخبث الوسائل ، وفى مقدمتها الكذب والخداع والتضليل والمغالطة والجدل والاحتيال والتزييف والتلاعب بعقول الآخرين والاستهانة بذكائهم . والدليل على ذلك أن السوفسطائية كانت ، ولا تزال ، تظهر فى عصور وبقاع مختلفة ، وإن كانت تحت مسميات وأقنعة وأردية تحاول تغطية ارتباطاتها الوثيقة بأدواتها المشبوهة وأساليبها الخبيثة . وكان ظهور الصحافة الصفراء فى أواخر القرن التاسع عشر بمثابة بروز جديد للتيارات السوفسطائية فى ظل الحرية التى تتمتع بها السوق في ظل النظام الرأسمالى الأمريكى ، لكنها كانت من التشعب والتفرع والتدفق بحيث عجزت الصحافة القومية العريقة على اجبارها على الانحسار والانسحاب من الساحة ، بل لجأت إلى توظيف بعض حيلها فى جذب الإعلانات وزيادة التوزيع .

وتتجلى سوفسطائية الصحافة الصفراء فى قدرتها على المراوغة والمزج بين الكذب والصدق ، بين الخطأ والصواب ، بين الباطل والحق ، بين الشر والخير ، ولذلك يأخذ كتابها ومحرروها جزءاً من الحقيقة ويكملونها بالأكاذيب ، ويسقطون جزءاً من الحق بين أمواج من الباطل ، ويتلاعبون بالحذف والإضافة ، بالتقديم والتأخير ، ويطرحون الأفكار والقضايا فى غير سياقها أو فى غير وقتها ، ويزيحون الحواجز التى تفصل بين المثل العليا والقيم السفلى . وفى كل هذا يتخذون من

الحوار الديمقراطى ذريعة لممارساتهم المشبوهة ، على أساس أن الاختلاف فى الرأى لا يفسد للود قضية ، بل إن الاختلاف ضرورة فى الرأى والرؤية . وهذا صحيح لأن المصداقية الفكرية تؤكد دائمًا الفرق بين الاختلاف المثمر وبين التناقض والتلاعب بالحيل المنطقية ، بين الانتصار للرأى ونقيضه . ذلك أن من طبيعة العقل السوى أن ينتقل من رأى إلى آخر ، ويغير توجهًا ثبت له خطؤه بتوجه أثبتت الأيام صحته ، لأن هذا هو الأسلوب الوحيد الكفيل بتطوير الفكر الإنسانى ونموه وازدهاره . لكن ليس من حق أحد أن يحتكر الحكمة والصواب ، وأن يتهم الآخرين بالغفلة والخطأ إذا اختلفوا معه .

والآن مع حلول ثورة الإعلام والمعلوماتية ، وتعاظم شأن أجهزة نقل الأخبار بكل الطرق المقروؤة والمسموعة والمرئية ، تعاظمت مساحة الوضوح بل والشفافية . وأصبح من الصعب على السوفسطائية أن تمارس دورها التقليدى فى نشر الغيبوبة الفكرية بين الناس حتى يسهل انتشارها بين مختلف قطاعاتهم . ولذلك سرعان ما غيرت الصحافة الصفراء جلدها ، بتركيزها على خاصية لازمتها منذ ظهورها ، وتتمثل فى اقتحام خصوصية الآخرين وكشف أسرارهم المثيرة أو التى يجب أن تكون مثيرة ، تحت شعار ممارسة الشفافية ، فى حين أن الهدف تجارى محض . وجدت الصحافة الصفراء منطلقًا جديدًا لها يتمثل فى أن كثيرًا مما كان يعتبر من قبل شيئًا يتعين ستره ، أصبح الآن يجرى فى العلن . والمحرر أو الصحفى الناجح هو الذى يحقق سبقه الصحفى بسرعة إخراجه لهذه الأسرار المثيرة إلى العلن ، ولن يتهمه أحد بالتجسس أو التنصت لأن هذه هى طبيعة العصر .

ولم تقف الصحافة القومية مكتوفة الأيدى بل نافست الصحافة الصفراء فى انتهاك كل ستائر الخصوصية التى استطاعت بلوغها ، مما أسقط حرمات وحصانات كثيرة . لكن نظرًا للجدلية التى تميز الحياة الصحفية بصفة عامة ، فإن كل العناصر

الداخلة فيها قابلة لعاملى التأثير والتأثر المتبادلين فيما بينها . ذلك أن هتك ستائر الخصوصية ، يعود بنا إلى أزمة المصداقية فى نقل الواقع الذى كشفت أسراره . إن نقل أو تصوير الواقع الذى يجب أن يكون موضوعيًا بقدر الإمكان ، خاصة فى نظر الصحافة القومية العريقة ، يتبدى دائمًا من خلال ذات إنسانية ، تباشر عملية التصوير المطلوبة ، وهذه الذات الإنسانية تسقط عليها رؤيتها وهويتها وثقافتها وتوجهها هى ، مما يعنى تعذر النفاذ الكامل إلى ما يمكن اعتباره واقعًا موضوعيًا .

وهذا الجانب الذاتى هو الذى تصول فيه الصحافة الصفراء وتجول . فهى تدرك أن الصحافة بصفة عامة تواجه عالمًا تزداد فيه محاولات احتواء الواقع الموضوعى ، وفى الوقت نفسه يزداد فيه تصويره تصويرًا ذاتيًا ، طبقًا لشخصية وطبيعة الطرف الناقل ، أو المشخص للواقع والذى يتولى عرضه بل وصياغته بناء على معطيات خاصة به هو ، وإن كان يستند إلى عوامل موضوعية . وبالتالى فإن الشخص الواصف لا يقل أهمية عن الواقع الموصوف فى فهم مجريات الأمور . وخاصة فى هذا العصر الذى فقد معظم يقينه فى أن الثوابت السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية ، كفيلة بأن تظل صامدة فى وجه متغيرات يصعب التكهن بها سلفًا . ذلك أن ما يعلمه البشر عن الواقع ليس هو أبدًا الواقع كما هو فى حقيقته الموضوعية ، وإنما هو تصوراتهم عما يريدونه من هذا الواقع أن يكون . وهو ما يمكن أن يشكل أرضية مشتركة لكل من الصحافة الصفراء والصحافة القومية ، مع اختلاف - بالطبع - فى درجات التراوح بين الذاتية والموضوعية .

ومن الطبيعى أن تتفوق الصحافة الصفراء على الصحافة القومية فى مسألة اختراق بل وانتهاك الخصوصية الفردية للإنسان ، لأنها بدأت تاريخها بالتفوق فى هذا المجال . فقد واكبت نشأتها ظهور آلات التصوير وأساليب التفنن فى التجسس والتنصت على الحياة الخاصة للآخرين بحثًا عن أسرارهم التى شكلت غذاء يوميًا لمئات الصحف التى ظهرت فى أواخر القرن التاسع عشر ، لدرجة أن لويس برانديز

القاضى العام فى المحكمة الأمريكية العليا أعلن فى عام ١٨٩٠ عبارته الشهيرة عن «حق الإنسان فى أن يُترك وشأنه» ، وذلك بعد أن اجتاحت فى تلك الفترة آلات التصوير ومئات الصحف خصوصية الأفراد ، وبدأت صورهم مع أسمائهم وحياتهم الشخصية تتحول عبر الصحف إلى حديث الناس . ولذلك تساءل القاضى فى مرارة : ماذا يتبقى للإنسان إذا كانت جميع تفاصيل حياته ليست ملكه هو شخصيًا بل ملك الآخرين ؟! ثم أكد على «أن هذا هو الجحيم» .

وبعد ما يقرب من قرن منذ أن ألقى لويس برانديز هذه المقولة الشهيرة ، أصبح «العالم قرية صغيرة» نتيجة للانقلاب الذى شهده عصر ثورة المعلومات والاتصالات . وكانت الصحف الصفراء أكثر الصحف سعادة بهذه القرية الصغيرة التى سهلت مهمة التجسس والتنصت بين سكانها بحيث سلبت الفرد حريته بل وحياته الخاصة ، إذ أصبح مكشوفًا لأن أهل القرية يعرفون عنه أمورًا كثيرة . وهو ما سهل مهمة الصحف الصفراء فى الحصول على أدق الأسرار بل والفضائح التى تريد أن تصنع منها سبقًا صحفيًا يجذب المزيد من القراء والإعلانات . وفى الأرياف كانت القرية الفعلية ومازالت محافظة وواعية بكل ما يجرى فيها ، فإذا مر غريب بالقرية فإن أهلها يراقبونه ، كما يراقب بعضهم بعضًا . ومن النادر أن يقع حادث فيها وأن يبقى سرًا ، فأهل القرية يعرفون التفاصيل ، أما تفاصيل التفاصيل فهى عند العمدة أو شيخ الخفر الذى يلتقط أجزاءها من كل فرد فى القرية ، فهو يعرفهم جميعًا ، ويعرف متعة الاصغاء لكل منهم وهو يروى أدق التفاصيل عن حياة جاره . والآن أصبح مخبر الصحيفة الصفراء يقوم بدور العمدة أو شيخ الخفر ، وإن كان بأساليب مختلفة باختلاف معطيات العصر .

وهذه المعطيات هى التى فتحت كهف الأسرار على مصراعيه بحيث يمكن أن ينهل منه كل من يحاول التجسس والتنصت . ولم تعد هناك مخاطر أو مغامرات أو مفاجآت مخيفة فى انتظار مخبر الصحيفة الصفراء ، فما عليه سوى أن

يعرف المسئولين عن برامج المعلومات فى مختلف القنوات والمؤسسات التى تحتفظ بها لخدمة المواطنين أو أبناء القرية الكونية الجديدة ، وأن يقيم صلات وعلاقات حميمة مع هؤلاء المسئولين كى يمدوه بأية معلومات يطلبها . وبرغم السرية التى تفترض فى هذه المعلومات ، فإنها لا تصمد أمام أنواع الإغراءات المتعددة فى كثير من الحالات . ففى البلاد التى دخلت عصر التكنولوجيا المعلوماتية ، يواجه أى مواطن عبارة مشهورة تقول : «املأ البيانات التالية» ، إذا أراد الحصول على وظيفة فى الحكومة أو فى شركة خاصة ، أو إذا أراد قرضًا من البنك ، أو إذا رغب فى الحصول على رخصة قيادة ، أو اضطر إلى دخول المستشفى ، أو إذا شاء أن يشترى أو يستأجر منزلاً ، أو أن يلتحق بالجامعة ، أو يفتح مكتبًا أو يسجل شركة ، أو يحفظ حقه فى التقاعد أو الضمان الصحى ، أو أن يؤمن على حياته وأسرته ، أو أن يتزوج أو يطلق أو حتى إذا أراد أن يكون عضوا فى ناد أو جمعية ، أو زبونًا دائمًا فى متجر يمنحه خصمًا على مشترياته .

وبالطبع فإن الشخص المعنى يقرأ البيانات ويكتب كل المعلومات المطلوبة . وهى لا تتعلق به وحده بل تشمل أفراد أسرته وأحيانًا جيرانه أيضًا وبعض معارفه ، وتتضمن كل شىء من مكان وتاريخ ميلاده ، إلى الأماكن التى سكنها ، والمدارس التى تعلم فيها ، والوظائف التى شغلها ، والرواتب التى تقاضاها ، وما يملكه وما عليه من ديون ، ثم تاريخه الصحى والأمراض التى أصيب بها ، والأطباء الذين تلقى العلاج على أيديهم ، وهواياته المفضلة ، وغير ذلك من المعلومات التى يمنحها الفرد بمحض إرادته كى يحقق ما يريد ، وينال أفضل خدمة ممكنة ، من جهات تعمل على توفير أكبر قدر ممكن من المصلحة له ولأفراد أسرته .

وكانت مجلة «الإيكونوميست» البريطانية قد أفردت غلافًا خلال شهر مايو ١٩٩٩ ، حمل عنوان «نهاية الخصوصية» ، وضمنت العدد تحقيقًا صحفيًا مثيرًا ومخيفًا للغاية وليس فى حاجة إلى أية توابل ومبالغات من تلك التى أغرمت بها

الصحافة الصفراء ، إذ يبدو أن الواقع أصبح أغرب من الخيال . فقد قدم التحقيق الصحفى كشفًا مرعبًا عن آلات التنصت والمراقبة التى أنتجتها التكنولوجيا الحديثة من مراقبة تليفونات الموظفين من كبار المسئولين وبريدهم الإلكترونى ، وكل نقرة على الطابع فى الكومبيوتر . وقد اعترف ثلثا المديرين فى تسعمائة شركة كبرى أنهم يفعلونها ، إلى آلات تلتقط ذبذبات الصوت عندما ترتطم بزجاج النافذة، وتعيد جمعها ، إلى كاميرا فيديو متناهية فى الصغر يمكن أن تلتصق بالسقف أو الجدار لتبث صورًا حية عما يدور فى الداخل ، إلى كاميرات خفية تنقل إلى الكومبيوتر فى مكتب من يقوم بالمراقبة كل ما يريد أن يعرفه أو يسجله من كلمات أو حركات أو همسات الموضوعين والموضوعات تحت المراقبة .

وهذا يعنى أن الحيل والألاعيب والخدع التى استخدمتها الصحافة الصفراء عبر تاريخها ، بما فيه مرحلة التكنولوجيا المتقدمة ، هي مجرد «لعب عيال» . إذا ما قورنت بما تفعله الأجهزة السياسية ، والمنظمات الاقتصادية ، والشركات العملاقة ... الخ . كما يعنى أيضًا أن ما ترتكبه الصحافة الصفراء فى مجالات التجسس والتنصت والتخفى ، ليس استثناءً من قاعدة عامة تكاد تشمل المجتمع الحديث بأسره ، وإن كانت هذه الصحف لا تزال تتجاهل المصداقية الصحفية ، لأن أحدًا لن يراجعها فى المعلومات التى تجمعها . فهى تريد أن تتفوق بأية وسيلة على الأساليب الرسمية فى جمع المعلومات سواء عن الأشخاص أو الموضوعات ، ولذلك فهى حريصة دائمًا على توابل الإثارة والتسلية والمتعة حتى لو كانت بعض عناصرها مجرد أكاذيب من محض الخيال . ومن هنا كانت خطورة وقوع هذه المعلومات بين أيدى مخبرى الصحف الصفراء لأنهم لن يتوانوا عن استخدامها ، فى حين أنها يمكن أن تظل فى الحفظ والصون فى المؤسسات والأجهزة والإدارات التى حصلت عليها طوعًا أو قسرًا ، طالما أن أحدًا لم يقم بتسريبها إلى من يريدون

الانتفاع بها واستغلالها ، وطالما أنه لم يطرأ على المؤسسة أو الجهاز أو الإدارة قضية أو مشكلة تبرر إبراز هذه المعلومات .

لكن الخطورة الحقيقية تكمن فى أن هذه المعلومات التى تجمعت عن المواطن طوعًا أو قسرًا ، تتحول إلى كنز ثمين سواء لدى المؤسسات الصحفية أو الشركات أو الحكومات . ففى مجال الصحافة تفخر الصحف بأن مخزونها الإلكترونى من المعلومات ، لم يترك شاردة أو واردة عن أى شخص أو قضية أو موضوع ، إلا واحتواه بكل تفاصيله الدقيقة ، بحيث يمكن الرجوع إليه فى حالة بروز أى موضوع أو إثارة أية قضية متعلقة به ، وبصرف النظر عن سرية بعض هذه المعلومات . وقد يبدو هذا حقًا من حقوق الصحافة فى حالات كثيرة لأنها مسئولة عن تنوير الرأى العام فى أية قضية تهمه . لكن هناك من الصحف الصفراء ما يتاجر فى هذه المعلومات ، ليس بنشرها بالضرورة ولكن ببيعها أيضًا لمن يهمه الأمر . ولم تعد هذه الصحف تخجل من هذا الارتزاق المعلوماتى ، لأن الولايات المتحدة نفسها التى أنجبت الصحافة الصفراء بكل تقاليدها التى ترسخت بطول القرن العشرين ، لم تتوان شركاتها أو مؤسساتها أو إداراتها الحكومية عن استخدام نفس الأساليب فى الاتجار بالمعلومات التى وجدت فيها كنزًا ثمينًا يمكن أن يعود عليها بثروات طائلة دون جهد يذكر .

ففى مجال الشركات والمؤسسات أصبحت هذه المعلومات بضاعة قابلة للتسويق بمعنى الكلمة . فلم تعد قضايا الأمانة والمصداقية وصون الأسرار تهمها فى كثير أو قليل ، ولم يعد هناك حرج فى أن تتباهى شركة أمريكية مثل شركة «أكسيكوم» فى ولاية أركنساس مثلاً بأن لديها بنكًا للمعلومات يشمل ٩٥٪ من مالكى المنازل فى كل أنحاء الولايات المتحدة ، وهى معلومات تتنافس الشركات على شرائها لمعرفة اتجاهات المستهلكين ، ومتى حصلت عليها فإنها تصبح مثل صاحب الدكان فى قرية صغيرة ، يعرف تمامًا حاجة كل بيت ، وذوق كل ربة بيت فى القرية ، وبالتالى تتحول أمريكا كلها إلى قرية صغيرة .

لكن فى عصر العولمة ومنظمة التجارة العالمية ، فإن النشاط المعلوماتى لابد أن يمتد ليغطى قارات بأكملها . وأصبحت الشركات العملاقة التى تعمل عبر القارات فى حاجة إلى بنوك معلومات فى كل سوق تسعى إلى غزوه باقتدار . ومن هنا كانت المعركة المستمرة بين الاتحاد الأوروبى والولايات المتحدة ، تحت شعار «حماية الخصوصية» ، وهى معركة تخوضها الحكومات دفاعًا عن شركاتها ، وليس مواطنيها ، مما يفرض الحديث عن الدور الذى يفترض أن ينهض به العمدة أو شيخ الخفر فى هذه القرية الكونية الصغيرة التى تكاد تغرق فى محيط متلاطم من المعلومات التى أصبحت فى متناول يد كل من يملك المال لشرائها واستغلالها . وهذا يحدث فى المجتمع الأمريكى الذى يرفع شعارات حقوق الإنسان ولا يسأم من ترديدها ليل نهار ، فى حين أن حماية الحياة الخاصة للفرد تهدر جهارًا نهارًا ، وتحت سمع الحكومة وبصرها ، بل وبقوة دفع منها ، لتدعيم أنشطة شركاتها . وبذلك أصبحت الحياة الخاصة تحت رحمة من يتاجرون بها ، وهى المعركة التى تخوضها جماعات الدفاع عن حقوق الإنسان فى الولايات المتحدة بضراوة حتى لا تصبح دولة فاشية مرعبة وإن كانت تتشدق بالحرية والديمقراطية واحترام حقوق الإنسان ، وهو ما لابد أن يفقد مصداقيته فى النهاية .

فى شهر فبراير ١٩٩٩ تأكدت جماعات حقوق الإنسان فى أمريكا من ضرورة خوض حرب ضارية وطويلة النفس لحماية الخصوصية التى يجب أن يتمتع بها كل مواطن ، وذلك بعد أن كشفت الصحف ووسائل الإعلام أن شركة «إيميج داتا» ، وهى شركة صغيرة تدير بنكًا للمعلومات فى ولاية نيوهامبشاير تلقت تمويلاً ماديًا وتكنولوجيًا من وكالة المخابرات الأمريكية لبناء بنك للمعلومات ، يحتوى على صور جميع أصحاب رخص قيادة السيارات فى الولايات المتحدة مع أسمائهم وعناوينهم بالبطبع . وقد بدأت الشركة خطوتها الأولى لتأسيس هذا البنك ، فاشترت من الإدارات الحكومية المحلية فى كل من ساوث كارولينا ، وفلوريدا ،

وكولورادو حوالى ٢٢ مليون صورة من رخص القيادة للمواطنين فى تلك الولايات. وقد حاولت وكالة المخابرات المركزية أن تدافع عن نفسها بحجة أن صور السائقين وعناوينهم يمكن أن تساعد فى تعقب أى مجرم فى فترة قياسية . ولكن الحملة الإعلامية والصحفية التى أشعلتها جماعات حقوق الإنسان لقيت تأييداً شعبيًا جارفًا بحيث اضطرت الحكومات المحلية فى الولايات الثلاث إلى إلغاء العقد ، فلا أحد يستطيع أن يطمئن لحياته وفى ذهنه أن وكالة المخابرات المركزية تقوم بالدور الجديد للعمدة أو شيخ الخفر أو حتى شيخ الحارة . وهذا يعنى أن سيكلوجية الصحافة الصفراء هى التى تحكم الحكومات المحلية فى الولايات ، والمؤسسات ، والشركات ، والوكالات المسئولة عن الأمن القومى مثل وكالة المخابرات المركزية ، ومكتب المباحث الفيدرالى وغيرهما ، فهى تبتكر كل الوسائل والأساليب ، المشروعة وغير المشروعة للحصول على كل المعلومات التى يفترض أنها سرية أو شخصية ، ثم استغلالها بطريقة أو بأخرى .

وإذا كانت الصحف القومية العريقة تأنف من أن ترتبط أنشطتها بتلك التى تمارسها الصحف الصفراء ، فإن الإدارات الحكومية الأمريكية الرسمية تمارسها مع الشركات المعنية ، ولا تتراجع عنها إلا إذا انكشفت تحركاتها ومناوراتها وألاعيبها ، ذلك أنها تتصرف تحت شعارات وطنية مثل الحفاظ على الأمن القومى أو مكافحة الجريمة أو أية أنشطة تهدد كيان المجتمع الأمريكى ، فهى لا تأنف إطلاقًا من حرصها على ممارسة هذه الخطط البوليسية التى ترسخت بصفة خاصة فى نهاية عقد الثمانينيات بعد وقوع أزمة احتجاز الرهائن الأمريكيين فى السفارة الأمريكية فى طهران . فلم تجد الحكومة الأمريكية هيئات يمكن أن تساندها فى أزمتها أفضل من الشركات التى تجمع المعلومات بأكبر وأسرع قدر ممكن . كانت جميع أجهزة المخابرات فى أمريكا تتعامل مع أولوية وحيدة وهى جمع المعلومات حول الرهائن فى السفارة ، ولذلك تم تخصيص قمر صناعى مزود بأحدث وسائل التنصت على

المخابرات التليفونية . وكان القمر مدعوماً بمحطات فى دول مجاورة لإيران ، تعمل على فرز ملايين المكالمات التليفونية يومياً بحثاً عن أية معلومة جديدة عن الرهائن . وكان الحصول على هذه المعلومة ، وفى الوقت المناسب ، شبه مستحيل ، لتعثر الاستماع إلى التسجيلات فى عشرات الملايين من المخابرات التليفونية ، داخل إيران نفسها ، وبينها وبين الخارج .

وسارعت شركة «فيليبس» بتقديم عرض لبناء جهاز يقلل من عدد الجبهات ، ويمكنه التقاط كل مكالمة تليفونية ، تذكر فيها عبارة «الرهائن» ، ليست باللغة الفارسية فحسب ، بل بكل اللغات ، مما يوفر على المسئولين عن تحليل المعلومات جهوداً ضخمة ، لأنهم سيكتفون بالاستماع إلى المكالمات التى وردت فيها كلمة «الرهائن» لتحليلها للخروج منها بأية معلومات ممكنة عما يجرى للرهائن . لكن العرض جاء متأخراً ، لأن الرهائن تم اطلاقهم فور تسلم الرئيس رونالد ريجان رئاسة الولايات المتحدة فى يناير ١٩٨١ . وهى الخطوة المفاجئة التى تمت فيما يشبه لمح البصر ، وكأن إيران كانت على موعد مع الرئيس الأمريكى الجديد لاتمام صفقة غامضة مريبة بمجرد دخوله البيت الأبيض فى أول يوم له كرئيس ، لأن من تابع التشدد الإيرانى التى ضرب به المثل منذ أول يوم فى الأزمة ، والإذلال الذى واجهه الرئيس جيمى كارتر وإدارته ، لم يكن ليصدق أن الأزمة يمكن أن تحل بهذا الأسلوب السحرى . وقد حاولت الصحافة القومية تفسير ما جرى بأسلوب علمى رصين ، فى حين انطلقت الصحافة الصفراء بتوابلها المعهودة فى المبالغة والخيال الجامع لاقناع قرائها بالأسباب التى وضعت عليها يديها ، لكن ظل الأمر فى باب التخمينات . ويبدو أن الارتياح الذى ساد الرأى العام الأمريكى بعد أزمة مستحكمة وكانت على وشك أن تصبح مزمنة ، قد صرف النظر عن البحث عن الأسباب الموضوعية التى أدت إلى حل الأزمة التى يمكن أن تكون قد انتهت باستخدام أساليب الصحافة الصفراء فى الدهاليز المعتمة .

لكن مشروع شركة «فيليبس» لم يمت بحل أزمة الرهائن ، إذ ان فكرته ظلت تلح على الأطراف المعنية إلى أن تم اتفاق بين الولايات المتحدة ، وبريطانيا ، وكندا ، وأستراليا ، ونيوزيلندا ، يسمح للأطراف الموقعة عليه بإقامة نظام مشترك للتنصت ، وقادر على التقاط عبارات معينة يختارها ، من بين ملايين المكالمات ، وأن يتابع هوية أصحابها ، ويعرف أماكنهم ويعتقلهم إذا اقتضت الظروف . وقد عرف هذا النظام الذى يدير عمليات التنصت عبر القارات باسم «نظام إيكلون» . وكانت الدولة الأوروبية الوحيدة التى انضمت إليه هى بريطانيا نظرًا لعلاقاتها الأنجلو ساكسونية الوطيدة مع الولايات المتحدة ، أما دول الاتحاد الأوروبى فقد أصدرت فى عام ١٩٩٨ قانونًا لحماية «خصوصية» المواطن فى دوله ، ينص على أنه ليس من حق أية شركة أو مؤسسة صحفية أن تبيع معلوماتها عن أى مواطن لشركة أو مؤسسة صحفية أخرى ، أو أن تستفيد من هذه المعلومات فى نشاط غير النشاط الذى حصلت على المعلومات من أجله . كما نص القانون على إنشاء أجهزة حكومية يمكن أن تتلقى شكاوى المتضررين من خرق خصوصيتهم ، مع تنظيم هذه الأجهزة للعلاقة بين بنوك المعلومات والمواطنين .

لم تحتمل الولايات المتحدة هذه العزلة التى فرضتها عليها دول الاتحاد الأوروبى ، إذ إن شركاتها تسعى للعمل فى أوروبا ، وهى تحتاج إلى بنوك المعلومات كى تكتشف آفاق وإمكانات الأرض التى سوف تعمل فوقها . وحاولت أن تقحم نفسها ، لكن الاتحاد الأوروبى رفض منح الشركات الأمريكية حق استخدام بنوك المعلومات الأوروبية لأن الولايات المتحدة لم تفرض قانونًا لحماية خصوصية الأفراد كما فعلت أوروبا .

واستمرت المواجهة بين الطرفين فى عناد واضح ناتج عن النوايا غير الخالصة ، برغم أن خسائر الطرفين معًا كانت تقدر بمئات الملايين من الدولارات . وكان قد سبق للكونجرس الأمريكى أن أقر قانونًا يفرض على شركات الاتصالات العاملة فى

الولايات المتحدة أن توفر تجهيزات تمكن مكتب المباحث الفيدرالى من التنصت والتقاط جميع الاتصالات التليفونية للأشخاص أو الجهات أو التجمعات التى يرى مكتب المباحث أنها تشكل تهديدًا للأمن والقانون . وهو ما يثير قلق الأمريكيين الذين استشعروا مدى عريهم أمام أجهزة الأمن . فقد كشفت دراسة قامت بها لجنة التجارة الفيدرالية فى الولايات المتحدة عن أن ٨٠ ٪ من الأمريكيين لا يستريحون أبدًا للمصير الذى آلت إليه المعلومات التى تم جمعها حولهم ، والذى جعل من الحياة الخاصة للأفراد وهمًا أو سرابًا . وأصبح المجرم أو المنحرف هو المحصن ضد هذا الفضح أو التعرية لأنه لن يقدم أية معلومات يمكن أن تستغل ضده ، وبالتالى يظل حرًا طليقًا يواصل جرائمه دون أن يرصده المخبرون البوليسيون أو المخبرون الصحفيون بعد أن اعتادوا الاعتماد على المعلومات التى سبق تخزينها وتحليلها وتصنيفها ، كما حدث فى حالة «الناسف الوحيد» الذى كان يرسل الطرود الملغومة إلى ضحاياه على مدى ما يزيد على خمسة عشر عامًا ، دون أن تستطيع أجهزة المباحث القبض عليه لأن المعلومات عنه نادرة ، أو بمعنى أدق كان مجهولاً . وحتى الصحف الصفراء التى تركز على أخبار الجريمة ، والتى تفوق - فى بعض الأحايين - مهارات مخبرى الشرطة ، قد عجزت عن كشف هذا المجرم .

هنا تبدو المفارقة الحادة التى تتمثل فى التناقض الواضح بين المصداقية الصحفية أو البوليسية أو الأمنية وبين الخصوصية التى تعتبر حقًا فى مقدمة حقوق الإنسان التى يجب الحرص عليها . فمن حق المخبر الصحفى أو البوليسى أو الأمنى أن يحصل على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن أكبر عدد ممكن من الناس ، وأن يصنفها ويستخدمها طبقًا لمتطلبات مسئولياته لأنها سلاحه وأداته فى أداء وظيفته على الوجه المطلوب ، وهى الضوء الذى يحدد له معالم الطريق التى سيشقها نحو هدفه ، وبدونها يدخل فى متاهات جانبية ، وطرق مسدود ، وحلقات مفرغة تؤدى إلى اتهامه بالتقصير والفشل ، بل والتحقيق معه وربما عزله من وظيفته باعتبارها من

أهم المسئوليات المنوط بها الحفاظ على الأمن القومى وسلامة الأمة مما يهددها سواء من الخارج أو الداخل . أما المخبر الصحفى فيتحتم عليه أن يقدم للقراء مالا يعرفونه ، لأنهم لا يهتمون بالصحيفة التى تقدم لهم ما يعتبر تحصيل حاصل . ويتمثل مقياس نجاح أية وظيفة فى مدى القدر الذى تحصل عليه من المعلومات والأخبار الجديدة . وهو المقياس الذى دفع الصحف الصفراء إلى اختراع بعض الأخبار أو الإضافات الجديدة إلى الأخبار القديمة ، حتى تبدو سباقة وجديدة دائمًا فى نظر القراء كى لا يلتفتوا إلى أزمة المصداقية الصحفية التى تعانى منها إذا ما قورنت بالصحف القومية العريقة والراسخة .

هذا من ناحية حتمية الحصول على المعلومات المفيدة والمثمرة بالنسبة للمؤسسات الصحفية والأجهزة الأمنية والقومية ، وهى حتمية تتعارض تمامًا مع حق الإنسان فى الحفاظ على خصوصيته . فليس لديه أى ضمان كفيل بالحفاظ على سرية المعلومات التى يدلى بها للجهات الطالبة عن حياته الخاصة . وبالتالى فإن أبسط إجراء يمكن أن يقوم به هو أن يتجنب الإدلاء بأية معلومات قد تسبب له أى ضرر محتمل أو ممكن ، فهذا حقه الذى لا ينازعه فيه أحد ، مما يعنى تضاربًا واضحًا بين المصلحة الشخصية للمواطن والمصلحة العامة للوطن ، ويعنى أيضًا أزمة مصداقية للصحف عندما تجد نفسها عاجزة عن الحصول على المادة المعلوماتية التى تشكل الوقود الذى يدير آلتها ، مما قد يمنح الصحف الصفراء العذر فى ملء الفراغات المعلوماتية بقصص وأخبار من خيال مخبريها ، وقد يجاريهم مخبرو الصحف القومية فى هذا المضمار .

ومبدأ «الحاجة أم الاختراع» ينطبق على الصحافة بصفة عامة والصحافة الصفراء بصفة خاصة برغم أنه يمس مصداقيتها فى الصميم . وعندما يعجز المخبر الصحفى عن الحصول على المعلومات المنشودة ، أو يحصل على جزء يسير منها ، بحيث لا تشبع نهم القارئ ، فإنه يضيف إليها من التوابل ما يفتح شهية القارىء

للإقبال عليها . وقد ثبت فى حالات كثيرة أن الخيال يمكن أن يكون أقوى تأثيراً من الواقع لدرجة أنه يعيد صياغته من جديد ، أى أن الكذب يمكن أن يفعل ما يعجز عنه الصدق ، كما لو كان الصدق هو حجة العاجز . وهو ما أثبتته الصحافة الصفراء على مر الأجيال وفى مختلف البلاد ، بحيث كانت مدرسة لتعليم الأكاذيب المتقنة التى تبهر الناس العاديين وتجعلهم يقفون لها احتراماً ، بل ويسارعون إلى تنفيذ أو تطبيق ما انطوت عليه من طلبات أو أوامر . وكانت قصة الصحفى البرازيلى هيليو كالتمان الذى كان من نجوم الصحافة الصفراء فى البرازيل ، دليلاً مادياً ملموساً على أن المجتمع الذى لا يضع كرامة الإنسان العادى فى اعتباره ، عليه أن يتوقع أن يشهر هذا الإنسان فى وجهه كل الأسلحة التى يمكن أن تصل إليها يداه ، وفى مقدمتها سلاح الكذب باعتباره أسهل وأسرع سلاح ممكن .

فعندما بلغ هيليو كالتمان سن التقاعد فى عام ١٩٩٦، أخذ يجهز أوراقه ، وقام بتتبعها من مكتب إلى مكتب ، وكان يجدها دائماً تتعثر . وأدمن التردد على مختلف الإدارات المختصة ، لعلها تقوم بمراجعة صحيحة للحسابات لينال حقوقه . وخاطب القاعدة والقمة بالاتصال الشخصى والتليفونات والبريد الإلكترونى . ولم يترك باباً لمسئول إلا وطرقه مثل مدير الإدارة العليا للصندوق الاجتماعى ، ووزير الشئون الاجتماعية ، لكن كل جهوده ذهبت هباءً ، وظلت الحال على ما هى عليه . وفى وقفة مع النفس بحثاً عن منافذ يستطيع أن يصل منها لحل مشكلته التى أوشكت أن تصبح مزمنة ، اكتشف أنه كان من أشهر صناع الوهم والخيال لقرائه على مدى أكثر من نصف قرن ، ويبدو أنه عندما اضطر إلى التقاعد ببلوغه سن الخامسة والثمانين ، أفقدته الشيخوخة هذه القدرة الفذة التى اشتهر بها فى دهاليز الصحافة الصفراء ، والتى أهدرها بلا جدوى فى تردده الممل والواهن على مكاتب المسئولين ، كبارهم وصغارهم .

فى هذه الوقفة مع النفس قرر أن يستعيد مجده فى استخدامه لسلاح الخيال والوهم والكذب ضد هؤلاء المسئولين ، بعد أن استخدمه طوال حياته الصحفية

لإثارة خيال قرائه وتسليتهم بكل ما هو مبهر . ولم يضيع وقتًا ، بل استنفر كل قدراته وطاقاته التى ذكرته بالشباب الذى ولى ، وانتحل شخصية أطلق عليها اسم الدكتور بالياريس . وشرع الدكتور بالياريس فى أحاديث تليفونية بغضب من يملك السلطة فى تأنيب الآخرين على قصورهم ، بعد أن عرفهّم بصفته عضوًا فى الهيئة الاستشارية لرئاسة الوزارة ، وخضع جميع الذين خاطبهم للهجته الآمرة ، وشرعوا فى الحال فى تنفيذ الأوامر ، ومعالجة أوراق الملف . والطريف أن أحدًا لم يسأله عن هذه الهيئة الاستشارية لرئاسة الوزارة ، ومتى انشئت ، ومن هم أعضاؤها ، وغير ذلك من الأسئلة التى تثبت شخصية المتحدث . لكن كالتمان كان يدرك من خبرته الصحفية أن صغار المسئولين عندما يستمعون إلى صوت مسئول كبير ، حتى لو كان نصابًا ، لا يفكرون إلا فى التنفيذ الفورى لأوامره خوفًا من عقاب ينزل بهم من حيث لا يعلمون ، وخاصة أن فى حياة معظمهم خبايا ومخالفات بل وجنايات لم يتم الكشف عنها ويمكن أن توردهم موارد التهلكة ، إذا طلب المسئول الكبير من معاونيه متابعة التحريات عن الموضوع الذى أراد حسمه .

وبالفعل فى أسبوع واحد فقط تم وضع مخصصاته ومكافآته فى حسابه المصرفى ، بفعل التدخل الحاسم للدكتور بالياريس بصفته أحد كبار المسئولين عن تسيير دفة الأمور فى البلاد . ووجد كالتمان بحاسته الصحفية التى عادت إلى يقظتها القديمة ، أن ما فعله يصلح موضوعًا صحفيًا فى منتهى الإثارة ، لكنه استخسره فى مجرد موضوع يقرأه الناس ثم ينسونه بمجرد إلقاء الصحيفة فى سلة المهملات ، فقرر أن يصدره فى كتاب بعنوان «أسلوب الدكتور بالياريس : دليل المستهلك لنيل حقوقه» . وقد استخلص منه كل العبر الساخرة والتهكمية ، وكانت أول عبرة فى هذا الدليل هى أن الإدارة لا تعبأ بالفرد إذا كان رقمًا من الأرقام ، وأنها لا تتحرك إلا بالنفوذ ، أو بالحيلة أى بالكذب الذى يوهم الآخرين بوطأة النفوذ الحقيقى .

وما ينطبق على البرازيل ، ينطبق من باب أولى على كل الدول النامية أو المتخلفة بمعنى أصح ، والتى تعانى من وطأة البيروقراطية التى تتفنن فى سد كل المنافذ الممكنة فى وجه المواطنين من أصحاب الحقوق ، ولا تفتحها إلا بالنفوذ أو الحيلة أو الرشوة أو المصلحة المتبادلة . وكانت البرازيل قد أنشأت فى الثمانينيات فى عهد الجنرال فيجيريدو - آخر عسكرى حكم البلاد قبل تحولها إلى الديمقراطية - وزارة مهمتها تصفية البيروقراطية ، لكنها سرعان ما أصبحت بدورها منتجة لأنواع جديدة من البيروقراطية الخبيثة والمستغلة ، ولم يكن هناك بد من التخلص منها فى أول حكومة ترأسها مدنى هو السيناتور خوسيه سارن ، وتسريح كل موظفيها الذين مصوا دماء الشعب . ذلك أن المشكلة لا تكمن فى الجهات البيروقراطية فحسب ، بل تمتد لتشمل أخلاقيات المجتمع والنظام الاقتصادى الذى يتبعه .

وقد نجح كتاب هيليو كالتمان «أسلوب الدكتور بالياريس : دليل المستهلك لنيل حقوقه» فى تفجير كل جوانب القضية ، خاصة عندما أدرجت مجلة «إيستواى» حالة الدكتور بالياريس ، فى خانة الأكاذيب التى تسرى فى عروق الحياة العامة . فقد أصبح الكذب غذاءً يوميًا لا يتجنبه سوى بشر من نوع متفرد . ذلك أن العجز الإنسانى فى مواجهة البطش البيروقراطى أو الاجتماعى ، يجبر الإنسان الضعيف على اللجوء إلى قلعة الكذب ليحتمى بها . ومن يعظ هؤلاء الضعفاء أو العاجزين محذرًا إياهم من بشاعة الكذب وعواقبه الوخيمة ، فإنه يؤذن فى مالطة . فالحلال بيِّن والحرام بيِّن ، لكن الضغوط الرهيبة والمتصاعدة التى يمارسها المجتمع المعاصر حتى يكاد يسحق الفرد الذى لا حول له ولا قوة ، سحقت تحت أقدامها الحديدية الثقيلة كل المثل العليا التى يمكن أن يتشبث بها الإنسان .

استفتت مجلة «إيستواى» البرازيلية أساتذة فى الجامعة ، وخبراء فى الطب النفسى وعلم الاجتماع . وقال الدكتور كارلوس بيريرا من جامعة سان باولو : إن الطفل والمراهق يضطران إلى الكذب من أجل تجاوز سلطة والديه ، وحينما يكبر

يستمر فى الكذب ، عندئذ يتحول السلوك تحت ضغط مؤقت إلى حالة مرضية مزمنة تصل إلى درجة الإدمان ، فى حين اتفق كبار الكتاب والصحفيين على أن الكذب أصبح من سمات السلوك اليومى فى العصر الحديث . والدليل على ذلك قدرة الصحف الصفراء على الرسوخ والانتشار ، برغم أن معظم قرائها يدركون جيداً الأساليب التى تكتب بها . ففى الواقع هذه الصحف لا تخدع القارئ أو تستهين بعقله كما يدعى الكثيرون ، لأن القراء ليسوا بهذه السذاجة . فهم يدركون جيداً أن الصحف الصفراء قد سبقت تكنولوجيا الكومبيوتر فى إيجاد ما يعرف «بالواقع الافتراضى» الذى يعتمد على الإيهام والتحايل بأن ما يجرى أمام المتلقى هو واقع مرئى ومدرك بالفعل ، فى حين أنه مجرد صور وأوهام ، لكنه مثير وممتع ، وبالتالى تأثيره فى الواقع أى فى المتلقى هو واقع بالفعل . كما يدرك القراء أيضًا أن الصحف الصفراء تقدم المادة المعلوماتية أو الإخبارية فى صياغة مثيرة ومشوقة كأنها تعرض عليهم فيلمًا سينمائيًا أو مسلسلاً تليفزيونيًا ، وبذلك فهم يدخلون مع المخبرين والمحررين فى ممارسة لعبة مشتركة بين الطرفين . ثم تساءل بعض هؤلاء الكتاب والصحفيين الكبار الرافضين للتهم التى تكال للصحف الصفراء بأنها لا تملك من الأساليب سوى الخداع والاحتيال والتخفى ، فقالوا : «ومن قال إن الصحف التى تعُرف بالقومية أو العريقة أو الجادة أو الحريصة على مصداقيتها ، أنها تملك الحقيقة كاملة ؟! بل ومن قال إن أى إنسان على وجه هذه الأرض يملك مثل هذه الحقيقة ، مهما كانت مرتبته من العلم والثقافة بل والشفافية ؟!» . كذلك فإن قراء الصحف المسماة بالصفراء يقبلون عليها بمحض إرادتهم بل وبشغف لا ينكره أحد ، وإذا كانت الصحف الأخرى تنظر باستكبار لمثل هذا الإقبال ، فما عليها سوى أن تدخل معها فى منافسة لزيادة عدد قرائها دون أن تلجأ إلى أساليب الصحافة الصفراء التى تشجبها دائمًا ! بل إن هذه الصحف الصفراء لا تتردد فى تعرية أية أكاذيب أو مظاهر للخداع والاحتيال بجرأة وأحيانًا بقسوة لا تستطيعها الصحف المحافظة الحريصة على وقارها ، مثلما فعلت مجلة «إيستواى» بحيث أصبح من الصعب التفرقة بينها وبين المجلات التى فرضت احترامها على قرائها .

وقد قال محررو أو مخبرو تحقيق «إيستواى» المسهب عن ظواهر الكذب فى الحياة العامة ، إن التعايش بين مختلف الفئات أو الأصول العرقية فى البرازيل منذ حوالى خمسة قرون ، ينهض على الكذب المتبادل بين الرجل الأبيض والهنود من السكان الأصليين الذين وجدهم عندما غزا القارة ، والسود الذين جاء بهم البيض من أفريقيا ، وبذلك تحول الكذب إلى أساس للتعايش الوطنى ، ولولاه لاشتعلت حروب أهلية دامية ومدمرة ، ولا يعلم مداها سوى الله . وهذا الكلام ليس دفاعًا عن الكذب ، وإنما هو مجرد تقرير لواقع ظالم . فليس هناك خيار بين التعايش السلمى المغلف بأقنعة الكذب والنفاق والتحايل بين مختلف العرقيات ، وبين الصراع الدموى الذى يمكن أن يتحول إلى مذابح متجددة . فالمعضلة ليست مجرد اختيار بين أبيض وأسود ، لأن درجات الطيف بينهما لا حصر لها . ولذلك فإن النسبية تحكم كل لحظة من لحظات الحياة الإنسانية ، ولا يستطيع أى إنسان أن يدعى المثالية المطلقة ويطالب العرقيات المختلفة التى تسكن فى البرازيل أن تكف عن الكذب والتحايل والنفاق ، وأن تخوض حروبًا دامية للقضاء على هذه الأخلاقيات الهابطة ، تمامًا مثل الطبيب الذى يخرج من غرفة العمليات مبتسمًا ليبشر أهل المريض بأن العملية نجحت تمامًا لكن المريض مات !!

وفى برنامج ذى شعبية كبيرة فى شبكة التليفزيون البرازيلية «جلوبو» ، تم استفتاء المشاهدين عما إذا كان جائزًا اقتراف الكذب فى حالة التستر على جريمة وقعت فى الماضى ، كان الجواب هو ١٢٠ ألفًا قالوا نعم فى مقابل ٢٠ ألفًا قالوا لا . مما يدل على أن الضعف أو العجز أو الجبن الإنسانى يكاد يكون الأغلبية فى مواجهة القوة أو الإرادة أو الشجاعة الإنسانية التى يبدو أنها تتضاءل مع الضغوط المتزايدة التى تكاد تسحق الفرد الأعزل . وخاصة أن الكذب والتحايل والنفاق والمراوغة ، أصبحت أوبئة تنتشر وسط أغلبية من البشر فاقدين للمناعة من أى نوع .

ونظراً للصلة الوثيقة والعضوية بين السياسة والصحافة ، فإن المواطنين العاديين والبسطاء يلمسون الكذب بسهولة فى كلا المجالين ، دون أن تكون هناك حجج أو أعذار لا مهرب منها ، وكأن الكذب ، أصبح من أصول الصنعة السياسية أو الصحفية بصرف النظر عن نوعية الحكومة أو الصحيفة . ولا شك أن السياسة هى المجال المثالى لممارسة الكذب . هكذا كان الأمر دائماً ، وفى كل المجتمعات ، وفي كل الأوضاع . وهى حالة تزداد سوءاً يوماً بعد يوم لأن السياسى أصبح فى هذا العصر مجبراً على ممارسة الكذب بمعدل يتضاعف باستمرار ، إذا ما قورن بما كان سلفه يفعله من قبل . ولا يخفى على بسطاء الناس أن يلمسوا كيف يكذب السياسى عندما يُطلب منه أن يثبت أن أفعاله تطابق تصريحاته ، وأن إنجازاته لا تتناقض مع وعوده . كذلك فإن الصحافة المؤيدة للحكومة أو لحزب الحكومة لا تتوقف عن تأييد ومدح كل خطوة تخطوها الحكومة ، مهما كانت صغيرة أو هزيلة . ولذلك فإن الصحافة الحزبية كثيراً ما تنافس الصحافة الصفراء فى اللجوء إلى أساليب المبالغة والتهويل أو التنفيس والتهوين ، وإن كانت مصداقية الصحافة الصفراء تبدو أعلى من مصداقية الصحافة الحزبية لأنها تميل إلى النقد والهجوم والتعرية أكثر من ميلها إلى المدح والدفاع والتغطية وغير ذلك من مظاهر النفاق السياسى الذى يجعل من الصحف الحزبية مجرد أبواق طنانة للسلطة .

فى الماضى كان على السياسى أن يكذب على ناخبيه مرة كل دورة انتخابية (أربع أو خمس أو ست سنوات) ، والآن يتحتم على السياسى أن يكذب فى اليوم عدة مرات ، خاصة عند لقاءاته مع الصحافة . فقد ازداد الوعى السياسى عند مختلف قطاعات المجتمع ، لدرجة أن الأميين من خلال أجهزة الإعلام المسموعة والمرئية أصبح فى إمكانهم تقييم دور أى سياسى . وحتي إذا كان السياسى أميناً ومخلصاً فى نواياه تجاه ناخبيه أو مواطنيه ، فإن الظروف والملابسات كثيراً ما تشكل عقبات فى سبيل تحقيق أهدافه ، ولا يعقل أن فى كل مرة يواجه فيها الصحافة أو

الجمهور ، يظل يشكو من أن العين بصيرة واليد قصيرة . وهو بدوره لا يستطيع أن يتخلى عن الموقع الذى كافح من أجل احتلاله ، إذا ما واصل الاعتراف بعجزه . عندئذ لن يجد سوى الكلمات والوعود المعسولة ، والمبالغة فى تصوير إنجازات ضخمة لم يتحقق منها سوى القشور ، بحيث أصبحت السياسة هى فن تسويق الأوهام وترويج الأكاذيب .

والصحافة بدورها لا تستطيع أن تنجو من هذه الدوامة التى تتسع أمواجها مع الأيام . ذلك أن السياسة ودواماتها التى لا تتوقف تشكل أهم المصادر أو المنابع التى تستمد منها الصحافة المعلومات والأخبار التى تشكل مضمونها السياسى والاقتصادى والاجتماعى والعسكرى والصحى والتعليمى والسكانى ... الخ ومن هنا كانت ضرورة الارتباط الحميم الذى تحرص عليه الصحافة فى علاقتها بالسلطة . أما صحف المعارضة فتميل إلى أساليب الصحافة الصفراء فى التهويل والمبالغة فى تصوير سلبيات وأخطاء الحكومة ، وذلك فى نوع من المواجهة التى لا تهدأ مع صحف الحكومة التى تلجأ بدورها إلى تمجيد وتدعيم كل ما تقوم به الحكومة . وتضيع الحقائق الموضوعية فى هذه المواجهة غير الموضوعية ، والتى تتحول إلى نوع من المباراة المزمنة التى يسعى فيها كل طرف إلى هزيمة الطرف الآخر بكل الوسائل الشرعية وغير الشرعية . وهكذا تصبح المصداقية عملة نادرة فى حلبات الصراع الصحفى .

ونظرًا للأرضية المشتركة التى تقف عليها كل من الصحافة القومية والصحافة الصفراء ، والتى تتمثل فى التعامل مع قضايا المجتمع بهدف كشفها وتعريتها للتخلص من سلبياتها ، فإنه من الصعب فض التداخل أو التشابك بينهما، حتى مع اختلاف أساليب تناول هذه القضايا والمشكلات المشتركة . ومن هنا كان من الظلم اتهام الصحافة الصفراء بأنها السبب الأساسى والوحيد لأزمة المصداقية الصحفية . ذلك أنها مسألة ضمير صحفى أولاً وأخيرًا ، وليس بالضرورة أن يكون

هذا الضمير ناصع البياض وغير قابل للغياب أو الغيبوبة عند العاملين فى الصحافة القومية التى تتغنى دائمًا بحرصها على مصداقيتها الصحفية . فليس هناك ضمان أكيد بأن كل ما يكتبه الصحفيون والمخبرون والمراسلون فى الصحف القومية هو الحقيقة بعينها ، ذلك أن الضمير مسألة شخصية بحتة وخاصة بكل صحفى على حدة ، ولا أحد يعرف وماذا يدور فيه على وجه اليقين . وليس هناك ضمير جمعى يتحكم فى تصرفات كل العاملين فى الصحيفة القومية مهما كانت وقورة ومحافظة ورزينة وعريقة ، بل إن الحصانة التى تتمتع بها مصداقية مثل هذه الصحيفة فى نظر القراء ، قد تكون نوعًا من إغراء الصحفى الذى أعطى ضميره إجازة ، لكى يكذب أو يتحايل أو يبالغ وهو مطمئن أن أحدًا لن يكشفه نظرًا للسمعة الطيبة والثقة الوطيدة اللتين تتمتع بهما صحيفته .

وتكاد الفواصل تتلاشى تمامًا بين الصحافة القومية والصحافة الصفراء ، عندما تتوغل الصحافة فى دهاليز المجتمع المظلمة ، حيث الفضائح الخفية والمكتومة التى لا تصل رائحتها إلى أنوف المجتمع . ذلك أن أخبار هذه الفضائح والأسرار والمعلومات التى تتدفق من كهوفها ، تمتلك من الإثارة بل والصدمة ما يوفر على الصحافة الصفراء أن تلجأ إلى حيلها التقليدية من مبالغة ، وحذف ، وإضافة ، واسهاب ، واختصار ... الخ . ولذلك فإنه فى مجال تعرية الأسرار والفضائح والمؤامرات والجرائم وكشفها للجمهور ، يتسابق جميع المخبرين الصحفيين ، بصرف النظر عن الشخصية المميزة لكل صحيفة على حدة ، وذلك للحصول على أكبر قدر ممكن من المادة الصحفية المثيرة بكل توابلها الحريفة قبل أن يقتنصها الآخرون. فليست هناك مادة أكثر إغراء لكل المخبرين الصحفيين من الفضائح التى تمنح صحفهم قوى دفع متزايدة سواء فى نسب التوزيع أو إقبال المعلنين عليها ، فهى ثروات تتساقط عليها على غير ميعاد .

وقد شهدت الساحة الصحفية فضائح ابتكرها كبار الصحفيين بعدأن خلت منها لمدة طويلة ، بما قد يصيب القراء بالملل الذى يعتبر العدو الأول لرواج أية صحيفة . ومن هنا كانت ضرورة اشعال جذوة الحماس والإقبال عليها بين الحين والآخر ، وليست هناك وسيلة أكثر فعالية من الفضيحة المحبوكة التى تعرى مظاهر الزيف والإدعاء والتلفيق والتبرير . ولن نذهب بعيدًا هذه المرة ، لأنه فى أوائل ستينيات القرن العشرين ، اجتاحت الحياة الأدبية فى مصر حمى مسرح العبث ، خاصة مع افتتاح مسرح الجيب ، الذى قدم مسرحية «لعبة النهاية» لصامويل بيكيت ، و «الكراسى» ليوجين أونيسكو . وكان حماس النقاد لهذه الموجة الواردة الجامحة شديدًا ، برغم أن مسرح العبث كان نتيجة لظروف الحرب العالمية الثانية فى أوروبا ، التى لا تمت لظروفنا بصلة من قريب أو بعيد ، ولذلك بدا حماس النقاد المصريين مفتعلاً ومدعيًا المعرفة الشاملة والعميقة بدقائق كل وارد مستحدث .

أثارت هذه الظاهرة خيال الكاتب الصحفى الساخر أحمد رجب ، فعكف على تأليف مسرحية من فصل واحد ، تحمل كل سمات مسرح العبث ؛ من إغراق فى الإغراب ، وضياع المعنى ، وتفكك المنطق ، وتنافر الكلمات ، وتناقض الجمل فى حوار الشخصيات ، التى لا تفرق بين الوهم والواقع، بين السكون والحركة ، بين الصمت والكلام ، بين الغياب والحضور ، بين العدم والوجود . وأطلق أحمد رجب على مسرحيته اسم «الهواء الأسود» ، ومنح اسمًا أجنبيًا مبتكرًا لمؤلفها الوهمى ، وحرر منها نسخًا قام بتوزيعها على كبار النقاد والأدباء لمعرفة رأيهم فى هذه المسرحية العبثية الطليعية . وانهالت الآراء والتحليلات تكشف خبايا المسرحية على مستوى الفكر والفلسفة والأدب والفن ، وتفسر رموزها ، وتلقى الأضواء على ظلالها الدفينة ، وتستخرج كنوزها الخفية ، وتربطها بمدرسة العبث الواردة من فرنسا.

وبالطبع جمع أحمد رجب المقالات النقدية والدراسات التحليلية ونشرها ، مع كشفه لطبيعة الخدعة التى ابتكرها ليظهر إدعاء الأدباء والنقاد . وقامت القيامة،

وحاول المخدوعون تبرير ما كتبوه بطريقة أو بأخرى ، لكن السيف كان قد سبق العذل عندما افتضح أمرهم ، واضطروا فى النهاية إلى ابتلاع المأزق ، وتجاوز الورطة ، لأن نتيجة التبرير أو الهجوم كانت المزيد من الفضيحة الهزلية ونظرات السخرية فى عيون القراء . ولا يمكن أن يتهم أحد أحمد رجب بفقدان المصداقية الصحفية ، لأنه استطاع بهذه الحيلة المثيرة أن يكشف فقدان هؤلاء النقاد للمصداقية النقدية والفكرية ، وهذا درس من شأنه تصحيح هذا المسار فى الحياة الثقافية وتخليصها من مظاهر الإدعاء والزيف والتلفيق والاختلاق .

ولم يكرر أحمد رجب هذه التجربة لأنه بخبرته الصحفية العريضة ، أدرك أن مثل هذه المآزق إذا لم تكن محبوكة ، وتهدف إلى غاية ثقافية أو حضارية رفيعة ، فلا داع لتكرارها . فقد أثبت بهذه التجربة أن الجهل بالشىء والاعتراف به خير من إدعاء العلم به ، وهى قيمة لابد من ترسيخها في داخل المثقفين . أما الذين يسعون للانتحال والاحتيال والاغتصاب والتزييف ، فمن السهل كشفهم وتعريتهم لأنه فى النهاية لا يصح إلا الصحيح . فمثلاً فى عام ١٩٨٥ ادعى صحفى فى ألمانيا الغربية أنه حصل على مذكرات هتلر السرية التى لم تنشر من قبل ، واستطاع أن يخدع رئيس تحرير مجلة «دير شبيجل» الذى تحمس للسبق الصحفى المزيف ، لكن بعد نشر عدة حلقات من المذكرات ثبت بالتحليل العلمى والدليل القاطع زيف المذكرات وانتحالها ؛ فقدم رئيس التحرير استقالته فورًا ، وتم تقديم الصحفى المزور إلى المحكمة التى حكمت عليه بالسجن عشر سنوات ، وهو حكم قاس فى تلك البلاد . ومن الواضح أن أمثال هذا الصحفى هم الذين لطخوا سمعة الصحافة الصفراء ، برغم أنه استطاع أن يخدع مجلة ألمانية قومية مرموقة ، ولا يشك أحد فى مصداقيتها ، ولم ينطلق بمذكراته المزيفة من مجلة صفراء ، إذ يبدو أن الصحف على اختلاف أنواعها عرضة لهذه المحاولات من النصب والاحتيال والتلفيق ، إذ إن الحصانة أو المناعة فى هذا المجال ليست بالأمر المتاح بسهولة .

وحرية الصحافة مرتبطة ارتباطًا عضويًا بالمصداقية الصحفية ، فهما فى الحقيقة وجهان لعملة واحدة . وهى قيمة ثمينة لابد من الدفاع الدائم عنها ، حتى لا يتمكن أحد من المغرضين أو الانتهازيين أو الفاشيين من التلاعب بها أو إهدارها بطريقة أو بأخرى . ولا خوف على هذه الحرية عندما تمارسها الصحافة الصفراء ، لأن قوانين الصحافة الضابطة لأخلاقياتها ، تقف بالمرصاد لكل من يحاول تخطى حدودها . ومهما حدثت تجاوزات واختراقات للتقاليد الصحفية العريقة ، خاصة فى الدول الديمقراطية ، فإن الصحافة تظل العين الساهرة على مصالح المجتمع وليست بوقًا لكل من يريد أن يتحدث من خلاله ، كما يحدث فى الدول الشمولية . ولذلك فإن حرية الصحافة ليست قضية تهم الصحافة وحدها ، بل هى قضية الشعب بأكمله ، لأنها جزء لا يتجزأ من حريته هو نفسه . ولا يمكن أن تكتسب الصحافة مصداقيتها دون أن تمتلك حريتها التى هى الوجه الآخر لمسئوليتها القومية تجاه الشعب .

لكن ثقة الشعب فى الصحافة ليست أمرًا مفروغًا منه ، إذ يمكن أن تهتز ، خاصة عندما ترضخ للضغوط السياسية والاقتصادية التى تواجهها ، فتضطر إلى مجاراتها على حساب الحقائق الموضوعية التى يتوقعها الشعب منها ، فتتحول بذلك من حارس قومى لمصالحه ، إلى حارس خاص لمصالح القوى المؤثرة والتجمعات الضاغطة ، تتساوى فى ذلك الصحف القومية مع الصحف الصفراء . وفى البلاد الديمقراطية تسارع صحف الأحزاب المعارضة إلى تعرية هذه الأوضاع ، على أساس أن الصحافة ليست ذاتًا مصونة لا تمس ، بل لابد أن تملك فى داخلها قوة تصحيحية لمسيرتها التنويرية والحضارية إذا دخلت فى متاهات جانبية . ولا يعقل أن تقوم الصحافة بتصحيح مسيرة المجتمع ، وهى عاجزة عن تصحيح مسيرتها هى .

ومصداقية الصحافة ليست مهددة من داخلها فحسب ، بل من خارجها أيضًا . فهناك من الساسة ورجال المال والأعمال من يقف بالمرصاد للصحافة ؛

محاولاً تسخيرها لأهدافه القريبة والبعيدة ، سواء بعقد الاجتماعات أو المؤتمرات الصحفية التى يمكن أن يصرح فيها بأقوال يلون بها الحقائق على هواه ، أو يدلى بأخبار مشكوك فى صحتها ، أو يقوم بالدعاية لأفكار معينة يريد تطبيقها ، أو يغرى الصحفيين بمكاسب آنية إذا ساندوه فى حملته ، أو يضغط عليهم إذا استشعر ميلهم إلى تعريته ومقاومته . والمفارقة الغريبة تكمن فى أن هؤلاء الساسة ورجال الأعمال يهتمون دائماً بغزو الصحف القومية بهدف تسخيرها لمصالحهم لأنها تملك من المصداقية ما يقنع جماهير القراء ، فى حين لا يهتمون بالتعامل مع الصحف الصفراء لأن القراء لا يأخذونها على محمل الجد . ومن هنا كانت هذه الصحف تتمتع بحرية قد تفتقدها الصحف القومية ، ويمكنها بالتالى أن تنتقد توجهات وسلوكيات هؤلاء الساسة ورجال الأعمال ، سواء بهدف إبداء آرائها التى يمكن أن تجد صدى طيباً فى نفوس القراء ، أو بهدف ابتزازهم حتى يسارعوا إلى شراء تأييدها أو صمتها .

فى هذه الظروف وغيرها تبرز حساسية عمل الصحفى فى الصحف القومية التى تحرص على مصداقيتها ، إذ يتحتم عليه أن يصبح آذاناً صاغية وعيوناً يقظة وعقلاً مفتوحاً ، قادراً على التحليل والتفسير والتقويم والتنوير وتحديد المسار الصحيح ، حتى لا يقع فريسة لاستغلال أى طرف من الأطراف المتربصة به . فمثلاً عندما يذهب لتغطية مؤتمر صحفى لأحد الساسة ، فلابد أن يضع فى اعتباره أن معظم هذه المؤتمرات هى مخططة بطريقة مسبقة ، ومع ذلك يمكن أن يبرز فى المؤتمر شىء لم يكن فى الحسبان ، ويصلح لأن يكون العنوان الرئيسى للموضوع . لكن إذا لم يكن هناك ما يستحق النشر ، فمن حق الصحفى أن يهمل الموضوع برمته ، وبذلك يفوت على السياسى أهدافه الدعائية من هذا المؤتمر .

ومن السلبيات الأخرى التى تعانى منها المصداقية الصحفية ، أن استغلال الصحافة ليس قاصراً على الذين لا يعملون بها ، بل هناك من أبناء المهنة من

يسعون لاستغلالها فى أغراضهم الشخصية ، خاصة هؤلاء الذين يقيمون علاقات وطيدة مع مراكز القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، على أمل أن يصبحوا هم أنفسهم مراكز قوى . وتتفشى هذه الظاهرة فى النظم الشمولية التى يتقرب فيها الجميع إلى شخص الحاكم ، وفى مقدمتهم الصحفيون الذين يرى فيهم أبواقًا لتوجهاته . وقد اعتادوا فى مؤتمراته الصحفية أن يوجهوا إليه أسئلة متفقًا عليها معه ، بحيث يتحول المؤتمر إلى مسرحية أو سيناريو جاهز للتنفيذ . وهناك صحفيون يستغلون وظيفتهم فى تهديد خصومهم ، حتى لو كان هؤلاء الخصوم على حق .

لكن الأنظمة الديمقراطية الحقة ، كفيلة بالتخلص من هذه الظواهر المرضية ، لأنه لا توجد فيها ذوات مصونة لا تمس ، ولأنها تعرى كل مظاهر الفساد والانحراف دون هوادة . ولذلك يفكر الصحفى فى ظلها ألف مرة قبل أن يقبل على استغلال مهنته . من هنا كانت العلاقة الوطيدة بين الصحافة والديمقراطية ، التى إذا غابت فإن الصحافة تبذل أقصى ما فى وسعها لإعادتها ، حتى لو عرضت أبناءها للخطر ، وإذا عادت فإنها لا تألو جهدًا فى ترسيخها وتدعيمها حتى لا تصبح ريشة فى مهب الرياح ، ذلك أن الديمقراطية ترسخ القواعد الأخلاقية والحضارية الأساسية للصحافة ، وتتيح لها المناخ الصحى لتنوير القراء وتثقيفهم وإعلامهم بأحداث عصرهم ومواقفه ونقاط تحوله ، سواء على المستوى المحلى أو العالمى ، وفى الوقت نفسه تقف بالمرصاد لكل صحفى يحاول أن ينحرف بهذا الدور الحضارى لخدمة أى هدف أو أى غرض آخر .

والحصول على ثقة القارئ شىء ثمين لأى صحفى ، لكن هناك من الصحفيين من يظنون فى أنفسهم القدرة على تشكيل هذه الثقة كى تتمشى مع أهوائهم ، مادام القارئ لا يعرف الخلفيات الحقيقية الكامنة وراء ما يقرأه فى الصحيفة . ومع ذلك فإن الاحساس العام لدى القارئ تجاه مصداقية الصحيفة ، يلعب دور البوصلة أو المؤشر الذى يبين له عما إذا كانت ثقته فى صحيفته فى

محلها أم لا ، وذلك برغم عدم إلمامه بالخلفيات الخفية والمغرضة للمواد التحريرية المنشورة . ولذلك تحرص الصحف ذات السمعة العريقة والقيمة الراسخة ، على دقة محتواها الإخبارى ، وموضوعية مقالاتها وتحقيقاتها وتعليقاتها وتحليلاتها ، والتصحيح الفورى للخطأ بمجرد وقوعه ، بل وتجنب وقوع الخطأ بقدر الإمكان ، حتى لا يؤثر على مصداقية الصحيفة فى حالة تكراره . وكذلك تنأى عن الإثارة المفتعلة والمبالغة الفجة التى تحرص عليها الصحافة الصفراء الرخيصة ، والتى قد تجذب القارئ إلى المادة التحريرية مرة أو مرتين أو أكثر لكنه سرعان ما ينفض يده منها ، خاصة عندما يشعر أنها تنطوى على استهانة بعقله .

أما احتمالات انحياز الصحفى لموقف معين ، فتظل قائمة دائمًا من خلال التلوين المقصود أو غير المقصود للمادة المنشورة . وعلى الصحفى الذى يحترم عقله وقارئه فى الوقت نفسه ، أن يكون يقظًا حتى لا ينحرف إلى الانحياز دون أن يدرى ، وحتى لا يخلط بين الخبر والرأى برغم صعوبة الفصل الجامع المانع بينهما . وإن كان الصحفى لا يستطيع أن ينشر الحقيقة مجردة بطريقة مطلقة بل عليه أن يحللها ويفسرها أيضًا ، فإنه يتحتم عليه أن يكون موضوعيًا فى تحليله وتفسيره بقدر الإمكان . قد تكون الموضوعية المطلقة أمرًا صعب المنال إلى درجة الاستحالة ، لكن على الصحفى أن يجتهد حتى يتخلص من كل ميوله الشخصية وانحيازاته المسبقة . فالمفروض فى الصحيفة القومية أن تعبر عن جمهرة قرائها بمختلف فئاتهم وقطاعاتهم ، فإذا استشعرت ميول الصحفى وانحيازاته الشخصية ، فلابد أن توقفه عند حده حتى لا يمس ثقة قرائها بها .

لكن إذا تحول الانحياز إلى نوع من الكذب والخداع والتلفيق والتزييف ، فإن الأمر يدخل فى نطاق الجريمة الصحفية . فالصحفى الذى يسعى إلى الإثارة والتشويق بادعاء إجراء حوار لم يقم به بالفعل هو كاذب ومخادع ، ولا يقيم وزنًا لشرف المهنة ومصداقيتها . قد تكون المواد التى وردت فى موضوع الحوار حقيقية

وصادقة ، وقد يبدو الحوار ممتعًا وجذابًا ، لكنه فى النهاية حوار مزيف ، وينطوى على خداع القارىء والاستهانة بصداقية الصحيفة . إن أساليب التشويق الصحفى والجاذبية الفكرية كثيرة ومتعددة ، لكن ليس بينها الكذب والتضليل والخداع بأية حال من الأحوال . والصحفى مسئول أمام ضميره المهنى قبل أن يكون مسئولاً أمام قارئه ، خاصة إذا كان مصدر الأخبار غير رسمى أو غير مشهور ، بحيث يتعذر تتبع الأبعاد الحقيقية أو الخفية للموضوع المنشور والصحفى يمتلك حق إخفاء مصادره الخبرية لأن الثقة مفترضة فيه أساسًا ، وهذه الثقة قيمة غالية للغاية ، وسيكون هو أول الخاسرين لو فرط فيها . إن طرفى هذه الثقة يتمثلان فى ثقة المصدر بأن الصحفى لن يكشف عنه بطريقة أو بأخرى ، وفى ثقة القارئ بأن الصحفى يقدم له الحقيقة الموضوعية بقدر الإمكان . فالأمر ليس فى حاجة إلى تقصى مصداقية الصحفى لأنها أمر مفروغ منه . والصحفى الذى يحرص عليها دائمًا يحافظ على رصيده الكبير فى نفس القارئ ، لكن هذا لا يمنع من أن حق الصحفى فى اخفاء شخصية مصدره ، قد يغريه باختلاق قصة أو موضوع صحفى لا أساس له من الواقع اعتمادًا على أن أحدًا لن يستطيع الرجوع إلى مصدره الذى لا وجود له أصلاً .

من هنا برزت الحيثية القانونية التى تؤكد على ضرورة الإقلال بقدر الإمكان من التعهد بعدم ذكر المصدر ، إلا إذا لم يكن هناك سبيل آخر للحصول على معلومات ضرورية عن موضوع حيوى لا يمكن تجاهله . فقد يرفض المصدر الإدلاء بأية معلومات إذا لم يحصل على تعهد بعدم ذكر أى شىء عنه ، بل إن من حقه عدم ذكر اسمه أو الإفصاح عن شخصيته للمخبر الصحفى إذا كان هناك خطر يهدد حياته من هذه المصارحة ، فهو ليس فى مواجهة محكمة يمكن أن تتهمه بالامتناع عن الشهادة أو عرقلة سير العدالة . لكن الموضوع يتفاقم أحيانًا فينتقل من الدائرة الصحفية إلى المجال القضائى ، ويفرض القاضى على الصحفى الإفصاح عن مصدره بل وإحضاره للاستشهاد به . وهذا يقتضى منذ البداية أن يصارح

الصحفى مصدره بضرورة تنفيذ أمر القاضى بالإدلاء بالشهادة إذا دخل الموضوع ساحة القضاء ، وللمصدر أن يقرر لنفسه الخوض فى الموضوع منذ البداية أو الامتناع عن الإدلاء بأية معلومات صحفية إذا لم يكن على استعداد لتقبل تداعيات الموقف حتى نهايته .

وفى حالة الصحافة القومية العريقة ، فإن العاملين فيها يؤمنون بأنه بدون الثقة المتبادلة بين الصحافة والجمهور ، فإن الصحافة تفقد مصداقيتها تمامًا ، بل وتفقد حريتها وقدرتها على التأثير الإيجابى فى الجمهور الذى منحها حريتها كحق مدنى . ومن يملك حق المنح يملك حق المنع أيضًا . فالصحافة هى أداة الرأى العام التى تتيح له ممارسة حقه فى أن يعرف ما يدور حوله وما يمس حياته ومصيره ، معرفة موضوعية بقدر الإمكان ، وذلك من خلال المعالجة غير المنحازة التى تفرق بين الرأى والخبر ، وتضع حجرًا على الانطباعات والشطحات والهواجس ، والخواطر الشخصية التى لا تهم سوى صاحبها ، وتحمى الجمهور من كل محاولات التضليل والخداع والفساد والانتهازية .

هنا يبرز سؤال جدير بالإجابة عنه وهو : إذا كانت الثقة المتبادلة بين الصحافة والجمهور فى مجال الصحف القومية العريقة ، ضرورة ملحة لا يمكن تجاهلها ، فماذا عن العلاقة بين الصحافة الصفراء والجمهور حيث المصداقية ليست فوق مستوى الشبهات ؟! إن الفارق يكمن فى اختلاف نوعية جمهور القراء الجادين الحريصين على معرفة ما يدور حولهم ، وإدراك الاحتمالات والتوقعات التى يمكن أن تمس حياتهم ومصيرهم ، والتنوير المتجدد لأفكارهم وآرائهم ورؤاهم ، عن نوعية جمهور القراء الباحثين عن الإثارة والتسلية والتشويق العابر ، والذين لا يأخذون الحياة على محمل الجد ، وبالتالى فإن المصداقية الصحفية لا تهمهم كثيرًا فى تنقيبهم عن النوادر والمفاجآت والطرائف والملح والنكات بل والفضائح وكشف المستور سواء أكان حقيقيًا أم مزيفًا . ومن هنا استطاعت الصحافة الصفراء أن تواكب الصحافة

القومية بل وأن تتحداها فى مجالات التوزيع والإعلانات ، خاصة بعد الثورة المعلوماتية التى جعلت من العالم قرية كونية صغيرة ، فيها تتدفق المعلومات والأخبار والموضوعات والقصص والأحداث والأفكار والآراء والتوجهات ، ليل نهار دون توقف ، على أبصار وأسماع وعقول القراء الذين قد لا يسمح لهم ضيق الوقت والإيقاع اللاهث للحياة اليومية بالإطلاع المتأنى على صحفهم المفضلة والجادة . أما المواد التى تقدمها الصحف الصفراء فتشكل ما يشبه الفسحة أو الاستراحة التى يركن إليها القراء مستمتعين بالتسلية والإثارة والابتسام والضحك . ولذلك فإن الهزال الذى تعانى منه المصداقية الصحفية فى مجال الصحافة الصفراء ، لا يشكل أزمة حقيقية بالنسبة لها ، لأنها قضية لا تهتم بمزاحمة الصحافة القومية فيها . بل إن مثل هذه المزاحمة يمكن أن تجعل منها نسخة مكررة باهتة أو صورة مهزوزة منها ، وبالتالى تفقد كل عوامل الجذب بين قرائها . فهى تمثل الجانب الآخر من الحياة التى تجمع بطبيعتها بين الجد والهزل ، بين الإثارة والرزانة ، بين التفكير والانفعال ، بين التسلية والتأمل ، بين الطرافة والحكمة ... الخ . وبذلك يمكن القول بأن الصحافة القومية والصحافة الصفراء وجهان لعملة واحدة هى المنظومة الصحفية برمتها ، والتى تتناول الحياة فى كل مظاهرها . فإذا كانت الصحافة القومية تمثل الجد والرزانة والفكر والتأمل والحكمة ، فإن الصحافة الصفراء تمثل الإثارة والهزل والانفعال والتسلية والطرافة . وهذا يدحض تماماً الفكرة التقليدية التى توحى بأن الصحافة الصفراء هى وصمة فى جبين الصحافة بصفة عامة ، بدليل أن الأخطاء والمخالفات والحيل والأساليب والخدع التى غالباً ما تتهم بها الصحف الصفراء ، تبرز بين حين وآخر على صفحات الصحف القومية لأن المجال فى النهاية واحد ، وإن اختلفت الغايات . وتكاد تكون الخطوط الحمراء التى لا يمكن للصحافة القومية أن تتجاوزها هى نفسها التى تحكم مسيرة الصحافة الصفراء ، ذلك أن القانون بطبيعته يحمى المجتمع من أى نشاط يهدد كيانه ومستقبله.

الفصل الرابع

خبايا المطبخ الصحفى

مع ثورة التكنولوجيا المعلوماتية المعاصرة ، لم تعد كلمة «الصحافة» مصطلحًا يطلق على العمل فى الصحف والجرائد والمجلات والدوريات المقروءة فحسب ، بل أصبح شاملاً للعمل الصحفى المسموع (الراديو) ، والعمل الصحفى المرئى (التليفزيون) . فلم تعد الصحافة مقروءة فحسب بل ومسموعة ومرئية ، وبالتالى كان من الطبيعى أن تتسلل أساليب الصحافة الصفراء وخدعها وحيلها إلى الراديو والتليفزيون أيضًا ، برغم أنهما جهازان إعلاميان قوميان بطبيعتهما حتى لو كانا مملوكين لأفراد ، وخاصة التليفزيون الذى أصبح يتمتع بصبغة قومية تصل إلى درجة السطوة الشاملة على مشاعر الجماهير وعقولهم . وهو ، مع الراديو ، ينضوى تحت بند الصحافة القومية التى قد يظن القارئ العزيز أنها خارج موضوع هذا الكتاب الذى يدرس جذور الصحافة الصفراء وأساليبها . لكن نظرًا للتداخلات بل والتشابكات والالتحامات بين الصحافتين ، فإنه لا يمكن تناول إحداهما دون ذكر الأخرى سواء بالتشابه أو التناقض أو الاختلاف ، خاصة فى مجال الوسائل والأساليب .

وتمثل الولايات المتحدة الأمريكية ظاهرة رائدة ومركزية ومحورية لابد من دراستها فى هذا المجال . فقد ولدت الصحافة الصفراء فيها مع العقد الأخير فى القرن التاسع عشر على يدى كل من جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست ، بحكم أنها مجتمع التجارة الحرة الذى يضع الربح فى المقام الأول قبل أى اعتبار آخر . فإذا كانت الصحافة القومية الأمريكية فى مراحلها الأولى قد حاولت وضع الرسالة قبل التجارة ، فقد اكتشف رواد الصحافة الصفراء أن هذه مثالية غير عملية بل وخاسرة بدليل أن صحفًا كثيرة فى القرن التاسع عشر أفلست وطواها التاريخ

نتيجة لهذا التوجه . ولذلك لم يترددوا فى وضع التجارة قبل الرسالة ، وكانت نظرتهم براجماتية وواقعية إلى حد كبير بدليل أن الصحافة الصفراء بمجرد أن تبلورت واكتسبت شخصيتها المتميزة ، انتشرت فى المجال الصحفى كالنار فى الهشيم . وشهد القرن العشرون تجاوزها الحدود الأمريكية إلى أوروبا التى انتقلت منها إلى دول آسيوية كثيرة ثم دول أفريقية ، منها دول عربية أصدرت صحفًا فكاهية وساخرة وزاخرة بقصص ونوادر الصحافة الصفراء . والآن أصبحت الصحف الصفراء تكاد تغطى معظم دول العالم ، وقد حرصت على الحفاظ على أساليبها ووسائلها وحيلها وخدعها ونوادرها ، سواء بالكلمة أو بالرسم . بل وكانت أكثر ثورية وجرأة من الصحف القومية فى نقدها وسخريتها من مظاهر التخلف والغباء والجهل والأمية وغير ذلك من السلبيات والأمراض التى حاولت القوى الإمبريالية ترسيخها فى البلاد التى استعمرتها .

والمفارقة العجيبة الجديرة بالرصد والتحليل والتفسير أن الصحافة الصفراء لم تهتم كثيرًا بمحاكاة أساليب ووسائل الصحافة القومية بحكم خبراتها وتجاربها الأقدم ، لأنها وجدت نفسها قادرة على شق طريقها بأسرع من الصحافة المكبلة بالأساليب التقليدية ، في حين أن الصحافة التقليدية سارعت إلى محاكاة الصحافة الصفراء خاصة في مجال الاقتصاديات الصحفية التى تعنى بنسب توزيع الصحيفة وطرق جذب المعلنين . ومن يتوغل فى خبايا الصحافة القومية ، يدرك أن الظاهر يتناقض فى كثير من الأحايين مع الباطن ، برغم أنها تحاول الظهور بمظهر الذات المصونة التى لا تمس لأنها قادرة على نقد نفسها نقدًا ذاتيًا وبالتالى تصحيح أية سلبيات يمكن أن تطرأ عليها ، وليست في انتظار من يصحح مسيرتها من خارجها . إن من يدخل مطبخ الصحافة القومية ، يلمس بنفسه المدى الذى بلغته الصحف فى استخدام توابل الصحافة الصفراء وحيلها وخدعها فى صياغة عقول القراء وتوجيهها إلى حيث تريد فيما يشبه عمليات غسيل المخ ، وذلك خلف قناع العراقة

والوقار والرزانة والمصداقية التى لا يمكن أن تتخلى عنها . وهى ظاهرة تزداد وتتعمق مع الأيام بحيث يمكن القول بأن الصحافة القومية أصبحت تتفوق على الصحافة الصفراء فى أساليب التلوين والتحريف والإضافة والحذف والاختصار ، وهى تدرك أن المصداقية التقليدية التى تتسربل بها تحميها من أى شك فى نواياها الموضوعية ، أو التى كانت موضوعية .

وإذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية هى مسقط رأس الصحافة الصفراء التى ترعرعت فيها وازدهرت وانتشرت بعد ذلك فى شتى أنحاء العالم ، فإن قوى الدفع المتجددة والمتصاعدة التى اكتسبتها فى مجالات التوزيع والإعلانات داخل أمريكا ، وضعت الصحف القومية فى نقطة تحول مصيرية تفرض عليها أن تختار بين أن تواصل مسيرتها التقليدية ، فتتعثر اقتصاديًا فى الطريق ، كما حدث لصحف عديدة أعلنت إفلاسها وأغلقت أبوابها ، أو أن تركب الموجة العالية التى صنعتها الصحافة الصفراء فتزدهر اقتصاديًا فى مجتمع تجارى لا يؤمن إلا بقيمة الربح ومضاعفاته ، إذ إن أحدًا لن يسندها أو يدعمها إذا تكالبت عليها الخسائر ، بل ولن يأسف عليها ، مجرد أسف ، عندما تصبح من ذكريات الماضى . وخاصة أن التليفزيون كصحافة مرئية أصبح يشكل تحديًا خطيرًا ومتصاعدًا لها ، إذ إنه لجأ هو الآخر إلى استخدام توابل الصحافة الصفراء وحيلها وألاعيبها وخدعها ، برغم أنه ليس فى حاجة ملحة إليها لأنه يتمتع بإمكانات ضخمة وجاذبية لا تقاوم ، تغنيه عن اللجوء إلى مثل هذه الأساليب الصفراء ، لكن المجتمع التجارى فى الولايات المتحدة يتبع مبدأ «هل من مزيد؟» أو «ماتغلب به العب به» ، وبالتالى أصبح نجاح الصحافة الصفراء وانتشارها ، نموذجًا يمكن أن تحتذيه الصحافة القومية كما احتذاه التليفزيون فى توجيه عقول المشاهدين وجهات يقصدها على وجه التحديد .

وتبرز سطوة الصحافة الصفراء على الإعلام الأمريكى فى كتاب أصدره الصحفى الأمريكى برنارد جولدبرج فى شهر مارس ٢٠٠٣ بعنوان «التحيز : صحفى فى وكالة C B S يعرى الأساليب التى تحرف بها وسائل الإعلام صياغة الأخبار» . وتكمن قيمة هذا الكتاب المثير والصريح فى أنه «شهادة شاهد من أهلها» ، وبالتالى لا يمكن أن يتهم بالتحيز ، الذي اتخذ منه عنوانًا وموضوعًا لكتابه ، فى محاولة تحليلية جادة لضربه فى مقتل . فقد كان المؤلف برنارد جولدبرج من أنجح مراسلى تليفزيون شبكة C B S ، لدرجة أنه حصل على سبع جوائز فى مسابقة «إيمى» الشهيرة المخصصة لأفضل البرامج والأعمال الناجحة فى التليفزيون الأمريكى . وهذا في حد ذاته رقم قياسى فى الفوز بمثل هذه الجوائز . وكان من أعمدة البرنامج الأسبوعى المعروف باسم «ستون دقيقة» الذى ظل يذاع من شبكة C B S طوال عشرين عامًا الماضية ، ويعد من أفضل البرامج الصحفية والإخبارية فى شبكات التليفزيون الأمريكى .

لكن نجم جولدبرج هوى فجأة ، وارتطم بأرض واقع الإعلام الأمريكى الزاخر بالأكاذيب والخدع والحيل والتلفيق والتزييف بأسلوب تبدو أساليب الصحافة الصفراء فى مواجهته مجرد لهو أطفال . ففى يوم ١٣ فبراير ١٩٩٦ ، أى بعد خمسة وعشرين عامًا من العمل الصحفى فى شبكة C B S ، نشر مقالاً فى صحيفة «وول ستريت جورنال» ، فتح عليه أبواب الجحيم ، عندما انتقد مرض التحيز وتشويه الأخبار وتحريفها فى العمل الصحفى المقروء والمسموع والمرئى على حد السواء . فقد تجرأ وفتح الصندوق المسحور الذى لا يعرف أسراره وقواعد لعبته الخطيرة سوى نجوم وملوك الصحافة الأمريكية . وكشف لأول مرة أمام الرأى العام الأمريكى ما يجرى من جرائم فى دهاليز صالات الأخبار وستديوهات التليفزيون وغير ذلك من خبايا الصحافة التي يفترض فيها أن تكون قومية . لقد أسقط

جولدبرج الأقنعة البراقة عن الوجوه التى تجذب الملايين من مشاهدى التليفزيون داخل الولايات المتحدة وخارجها بعد نشر المقال ، مثبتًا أن هناك تليفزيونا أصفر ، مثله فى ذلك مثل الصحافة الصفراء ، مع وضعه فى الاعتبار أن تأثير التليفزيون فى المشاهدين أقوى وأعمق وأوسع بمراحل من تأثير الصحيفة فى القراء .

كان النجوم الذين كشفهم جولدبرج وفضحهم ، قد اعتادوا الكذب حتى صدقوا أنفسهم فى النهاية ، واحترفوا تشويه الأخبار وتحريفها مثلما احترفوا إقناع الجماهير التى لم يعد لديها وقت كاف للتفكير والتأمل والتحليل ، فاعتادت بدورها ابتلاع الأخبار والبرامج التليفزيونية دون هضم أو استيعاب . وهذا الابتلاع فى نظر هؤلاء النجوم هو الاقناع الذى يفخرون به والذى وضعهم على هذه القمم الصحفية والإعلامية . وكان من الطبيعى أن يرفضوا نقد زميلهم وهجومه عليهم شكلاً ومضمونًا ، بعد أن اعتادوا أن يكونوا فوق النقد أو المساءلة أو أى نوع من المحاسبة يمكن أن يصل إلى القمة التى يتربعون عليها . وسرعان ما اتخذوا موقفًا جماعيًا بادانته وخيانته للعمل الصحفى والتآمر على شبكة التليفزيون التى يعمل بها ، ويتقاضى منها أجره ، وجعلت منه صحفيًا ومراسلاً مرموقًا فى كل موقع يذهب إليه .

بمجرد أن كشف جولدبرج أسرار الشبكة الخفية ، تم فرض حصار قوى على كل خطواته وتحركاته مع إبعاده عن الظهور على الشاشة . ويشرح جولدبرج موقفه الشائك فيقول :

«إننى أعرف كل الخبايا من الداخل ، تلك التى لا يريدون أن يكشفوا عنها خارج دائرة عملهم ! لقد اتهموني بالانتماء إلى اليمين المتطرف عقائديًا ، فى حين أننى هاجمت التحيز لليسار فقط ، لكننى لم أهاجم قيم اليسار التى أتفق مع معظمها ، وإذ بحياتى المهنية تنقلب رأسًا على عقب ، عندما كتبت مقالاً عن تحيز

كبار المسئولين فى التليفزيون الأمريكى فى تغطيتهم للأخبار لحساب اليسار . وانفض الجميع من حولى وكأننى إنسان تصدر عنه مواد مشعة قاتلة ، وامتنع زملاء كثيرون عن التحدث معى . وعندما سألت محرر صحيفة «نيويورك بوست» دان راذر عن رأيه فى المقال الذى نشرته عن تحيز الإعلام ، كان رد راذر صدمة لى عندما قال : «إننى أرفض أية ضغوط من السياسيين النشطاء الذين لديهم برنامج سياسى سواء من داخل أو خارج شبكة C B S» .

وبالطبع كان جولدبرج هو المقصود بالذين لديهم برنامج سياسى فى الداخل ، وهو ما يتنافى تمامًا مع حرية الرأى التى يتغنى بها الإعلام الأمريكى ليل نهار . ذلك أن الصحفيين والإعلاميين الأمريكيين يمارسون فيما بينهم ضغوطًا فاشية تصل إلى درجة الاضطهاد كما جرى لجولدبرج ، ذلك أن المسألة تنحصر فى صراعات المصالح الشخصية والمغانم الاقتصادية . ومن هنا كانت ثورة الغضب فى أجهزة الإعلام على مقال جولدبرج متوقعة لأن أكثر من ٩٠٪ من الصحفيين فى شبكات التليفزيون ينتمون عقائديًا إلى الحزب الديمقراطى ويمثلون شريحة من المثقفين الأمريكيين ذات تأثير قوى وفعال على صانعى القرار . لكن هناك فى الصحف القومية الكبرى ومحطات الراديو والتليفزيون من الصحفيين والمعلقين ، قلة تقف مع أقصى اليمين أو يمين الوسط أو وسط اليمين ، لكنها قلة نسبية لا تصل إلى درجة الندرة أبدًا ، ويمكن أن تزداد مع الظروف المتغيرة . فهناك كثيرون من المحافظين من كتاب الأعمدة ومقالات الرأى فى الصحف ومجلات الرأى مثل «ويكلى ستاندارد» ، و «ناشونال ريفيو» وغيرهما . وخارج شبكة C B S ، هناك جون ستوسل المعلق الصحفى فى شبكة تليفزيون A B C المعروف بآرائه المحافظة ، والذى يتحدى آراء الليبراليين فى القضايا الداخلية المحورية فى المجتمع الأمريكى ، لكن ستوسل هو الوحيد الذى يتحدث بصراحة عن النقص الفادح فى التعددية

الفكرية داخل قاعات الأخبار فى الشبكات التليفزيونية بصفة خاصة والتغطيات الصحفية بصفة عامة .

ولا يعنى غياب التعددية الفكرية سوى غياب حرية الرأى فى مجتمع يتشدق بالديمقراطية والليبرالية ليل نهار . فالمفروض أن من حق الفرد في المجتمع الديمقراطى الحر أن يقول رأيه بصراحة ، حتى لو كان مناقضًا لرأى الأغلبية المطلقة . والدستور يمنحه هذا الحق ويحميه طالما أنه لا يسعى لفرضه على الآخرين بالقوة . فإذا كان هذا الحق متاحًا للمواطنين العاديين فى المجتمع الديمقراطى ، فإنه يصبح ضرورة ملحة بين قطاعات المفكرين والمثقفين وفى مقدمتهم الكتاب والصحفيون ورجال الإعلام بصفة عامة . أما إذا مارسوا الضغط بل والإرهاب على زميل لهم بمجرد أنه قال الحقيقة ، فهذا مجتمع يطأ بأحذية حديدية حقًا من أهم حقوق الإنسان وهو حرية التعبير وإبداء الرأى . ولذلك لم يجد جولدبرج بونًا شاسعًا بين الفاشيين المتحكمين فى الصحف وأجهزة الإعلام التى توصف بالقومية ، وبين رجال عصابات المافيا : الفريق الأول يقوم بتصفية الزميل المغضوب عليه بطرده من عمله وقطع رزقه في حين يصفيه الفريق الآخر جسديًا . وأحيانًا يصبح الموت الأدبى أقسى من الموت الفعلى .

كان جولدبرج يتابع المسلسل التليفزيونى «سوبرانو» الذى يتوغل في خبايا حياة عصابات المافيا . وسرعان ما انعقدت فى ذهنه مقارنة بين رجال المافيا وبعض الصحفيين فى الصحف القومية وشبكات التليفزيون الأمريكى الذين لديهم نفس مواهب وقدرات رجال المافيا الذين يختطفون السيارات ويلقون بأصحابها فى مياه المحيط الباردة ، لكنهم فى الوقت ذاته يخلصون لزملائهم ، ويحافظون على العهد ، ويقومون بأعمال طيبة لصالح العصابة . وهم لا يقتلون إلا من يقف فى طريقهم أو يبوح بخططهم للآخرين ، وهو نفس ما يحدث مع مافيا المراسلين والمخبرين الصحفيين والمعلقين سواء فى المؤسسات الصحفية أو الشبكات التليفزيونية . وإذا تجرأ أحد

أفراد مسلسل «سوبرانو» ، أو أحد أفراد عصابات المافيا فى عالم الجريمة الفعلية ، وتفوه بأحد «الأسرار القذرة» للعصابة ، فمن الطبيعى أن يلقى عقابًا من زملائه بسرعة ، وغالبًا ما يكون تصفيته جسديًا حتى تظل النواة الصلبة للعصابة كما هى . ونفس الإجراء يتخذ فى عصابات مافيا الأخبار التى تعيد صياغتها وإنتاجها وتحريفها لتوصيل الأحداث والوقائع والمواقف كما تراها هى وليست كما هى فى واقع الأمر .

كان يوم ١٣ فبراير ١٩٩٦ هو اليوم الذى ارتكب فيه جولدبرج الخطيئة الكبرى التى لا تغتفر حين فتح «الصندوق الأسود» المغلق على الأسرار القذرة لزملائه الصحفيين ، وبدأ يشعر بأن الموت يقترب منه بعد حياة حافلة بالإنجازات الصحفية المرموقة التى توجتها سبع جوائز . يصف جولدبرج حاله فيقول : «لقد اعتديت على ميثاق الشرف ، وميثاق الصمت المقدس ، والذى يجب على رجال المافيا الصحفيين فى الأخبار أن يعيشوا معه ، ويحافظوا على أسراره حتى تدفن معهم» .

ثم يقود قراء كتابه «التحيز» إلى عشرات الأمثلة فى برامج الأخبار فى شبكة C B S ، وكلها تكشف وتعري تحيز الصحفيين وانحرافهم لحساب أهدافهم الخاصة بهم . ففى يوم ٨ فبراير ١٩٩٦ اتصل به تليفونيًا أحد أصدقائه فى المساء بمنزله ، وسأله مستنكرًا : «هل تابعت أخبار المساء فى C B S اليوم ؟ هل شاهدت برنامج «البحث عن الحقيقة» الذى قدمه دان راذر» . كان الصديق يتحدث بطريقة غاضبة عصبية على غير عادته ، وكان رد جولدبرج أنه لم يشاهد البرنامج ثم تساءل عن حقيقة المشكلة ، فأجابه أن هناك كثيرًا من الحمقى يقدمون الأخبار ، ورجاه أن يحصل على نسخة من الشريط ويبلغه برأيه .

فى صباح اليوم التالى هرع جولدبرج إلى مقر ستديوهات C B S وشاهد شريط فيديو البرنامج الذى أعده إيريك انجبرج مراسل الشبكة فى واشنطن . كان برنامج «البحث عن الحقيقة» عن ستيف فوربز المليونير المعروف الذى ورث مجلة

«فوربز» القومية العريقة المحترمة المتخصصة فى قضايا المال والاقتصاد والاستثمارات الأمريكية والتى تعتبر مرجعًا اقتصاديًا لأجيال عديدة بفضل رعاية أسرة فوربز لها وحرصها عليها . وكان ستيف فوربز قد تقدم للترشيح للرياسة الأمريكية من خلال برنامج انتخابى يعتمد على الإصلاح الضريبى وفرض ضريبة موحدة ، بصفته خبيرًا اقتصاديًا كبيرًا ، ومعه كوكبة من علماء الاقتصاد الذين يعملون معه فى مجلته .

عندما شاهد جولدبرج شريط البرنامج ، أدرك على الفور أنه عمل غير مسئول ومخادع وباطل ومنحط . كان البرنامج قد أعد بهدف السخرية والحط من قدر المرشح موضوع البرنامج ، من خلال إعداد رخيص لإثارة الضحك من فوربز وتشويه صورته في نظر الناخبين العادين الذين لا يدركون حقيقة هذه الحيل والخدع . وعندما فحص جولدبرج الشريط عدة مرات ، اكتشف أن البرنامج لم يكن عن المرشحين للرياسة ، أو عن برامجهم الانتخابية ، أو خططهم فى الإصلاح الضريبى ، بل كان بمثابة حلقة ترفيهية أعدها صحفيون لا يحترمون الوظيفة التى تشرفوا بالانتماء إليها ، ولا يستطيعون مجرد اخفاء أحقادهم ضد أشخاص يرفضونها مع عصابة الرؤساء والزملاء التى ينتمون إليها ، وخاصة أن البرنامج أذيع فى فترة الذروة المسائية فى التليفزيون . وكانوا بذلك يطبقون أحط أساليب الصحافة الصفراء فى تشويه صور الأبرياء ، مع العلم بأن أثر مائة صحيفة صفراء لا يمكن أن يصل إلى مستوى الأثر الذى يحدثه برنامج تليفزيونى من هذا النوع . فقارئ الصحيفة ، حتى إذا كانت صفراء ، يقرأ ويتفهم بل ويمكن أن يتأمل بقدر الإمكان ، أما مشاهد التليفزيون فلا يقرأ وإنما يسترخى أمام شاشته مستسلمًا لعملية التلقين التى تجرى له والتى يمكن أن تصل إلى مستوى غسيل المخ ، خاصة بعد يوم حافل بالعمل الشاق المستمر ، مما يجعل فترة المساء مخصصة للاسترخاء البدنى والعقلى فى آن واحد ، وهو تطبيق لمبدأ هتلر ووزير دعايته جوبلز ، حين أكدا أن الدعاية الفكرية بكل أنواعها تؤتى ثمارها فى فترة المساء .

قدم دان راذر البرنامج الذى أعده إنجبرج على أنه مادة إخبارية لكنها لا تقتنع بظاهر الأمور بل تخترق السطح إلى ماوراء الوعود الانتخابية التى عرضها فوربز فى برنامجه الانتخابي . وتجلت الأساليب الرخيصة للصحافة الصفراء فى طغيان صوت المراسل إنجبرج على صورة المرشح ستيف فوربز الذى عرض خطته بالنسبة للضريبة الموحدة كحل أو دواء من شأنه إنقاذ الاقتصاد الأمريكى ، والعلاج للأمراض الاقتصادية التى يعانى منها الأمريكيون . وقد فضح جولدبرج فى كتابه عبارات السخرية التى تحدث بها إنجبرج في برنامج يفترض فيه الجدية والموضوعية بقدر الإمكان ، وركز على العبارات السوقية المسفة التى لجأ إليها انجبرج وكأنه يخاطب مجموعة من الغوغاء على قارعة الطريق ، وكأنه يوحى من طرف خفى بأن الشخصية التى تدور حولها حلقة البرنامج لا تحتمل أو لا تستحق مستوى لغويًا أفضل من هذا .

ولم تتوقف السموم الصفراء عند هذا الحد ، بل كانت هذه السخرية التى تقطر سمًا مجرد مقدمة لمحاولات التحريف والتشويه التى ملأت فترة البرنامج . فقد أجرى انجبرج ثلاثة لقاءات صحفية مع ثلاثة من الخبراء فى الضرائب ، بعد أن اختارهم خصيصًا من بين أشد المعارضين للضريبة الموحدة ، فى حين يتشدق دان راذر مقدم البرنامج بحرصه على العدالة والموضوعية والانصاف والتوازن بحكم أن عنوان البرنامج نفسه هو «البحث عن الحقيقة» . ولذلك يتساءل جولدبرج فى مرارة : «أليس هناك خبير واحد فى الولايات المتحدة يعتقد أن الضريبة الموحدة من الممكن أن تكون لها جوانب إيجابية ومثمرة للاقتصاد الأمريكى ؟!»

ويجيب جولدبرج بنفسه عن السؤال ، فيوضح أن هناك علماء اقتصاد كثيرين على مستوى علمى وأكاديمى وتطبيقى ، يؤيدون تطبيق الضريبة الموحدة كمدخل عملى للإصلاح الضريبى . منهم على سبيل المثال عالما الاقتصاد المشهوران ميلتون فريدمان وميرتون ميلر ، وكلاهما يعمل أستاذًا بجامعة شيكاغو ،

وكذلك جيمس بيوكانن الأستاذ بجامعة جورج ميسون ، وهارفى رورين أستاذ الاقتصاد فى جامعة برنستون ، ووليم بول الأستاذ بجامعة براون ، وروبرت بارو الأستاذ بجامعة هارفارد ، كل هؤلاء وغيرهم كانوا من المساندين بشدة للضريبة الموحدة . وكان من السهل على انجبرج أن يجد مئات الاقتصاديين الذين يؤيدون فرض هذه الضريبة إذا أراد أن يكون موضوعيًا . ولكن تقييم آراء المؤيدين للضريبة من شأنه أن يطمس الهدف الأساسى الذى أعدت حلقة البرنامج خصيصًا له ، وهو إثارة الضحك والسخرية من مرشح الرياسة ستيف فوربز من خلال تشويه صورته والاطاحة بكل فرصة فى الترشيح ، ناهيك عن نجاحه فى الانتخابات النهائية .

وأنهى معد البرنامج إنجبرج الحلقة بمحاولته ذبح فوربز والقضاء عليه نهائيًا ، عندما أمسك بقلم أو بسيف عالم الاقتصاد القدير ، فى حين أن معلوماته فى الاقتصاد لا تزيد على حصيلة أى مواطن أمريكى عادى فى هذا المجال ، وأكد بمنتهى الثقة أن الضريبة الموحدة هى فكرة عملاقة لم يسبق تجربتها . واستشهد بمقولة اقتصادى معروف (لم يذكر اسمه كما يفعل مخبرو أحط أنواع الصحافة الصفراء) بأنه قبل أن تستخدم الضريبة الموحدة فى الولايات المتحدة ، فمن الأفضل اختبارها فى الخارج ، فى دولة مثل البانيا . ثم وقع إنجبرج باسمه بصفته مراسل الشبكة ، بعد أن أدى مهمته الرخيصة كأجير لقوى اقتصادية لا تسمح لأحد بأن يقف فى طريقها حتى لو كان شخصية قومية رفيعة المستوى مثل ستيف فوربز ، إذ يجب على المصالح المادية أن تدوس فى طريقها وبلا رحمة أية قيم إنسانية قد تعوق زحفها . وعلى هذا الانحطاط الإعلامى يعلق جولدبرج قائلاً :

«هناك علوم شعبية رخيصة ، وأطعمة شعبية رخيصة ، وأسهم رخيصة ، وبرنامج انجبرج كان صحافة رخيصة لأنه بنغمته الساخرة والمثيرة للاستهزاء لا يتسم بالموضوعية ، وهى سخرية موجهة لكل المؤيدين لهذه الضريبة . ولذلك فإن

أدق وصف لهذا البرنامج هو أنه إعلان تمت تغطية تكاليفه بأموال المعارضين لترشيح ستيف فوربز» .

ويواصل جولدبرج تعليقه فى محاولة مخلصة لفضح كل خبايا الموقف المريب حتى لا تتحول الصحافة إلى سلاح بتار فى أيدى التجمعات الاقتصادية التى هى فى حقيقتها عصابات سياسية تتربص بالشرفاء والمخلصين للوطن من أمثال ستيف فوربز ، فيقول :

«إننى لا أعرف ستيف فوربز شخصيًا ، ولا أقرأ مجلته ، ولم ألتق به مرة واحدة ، ولم أصوت فى حياتى لأى مرشح ينتمى إلى الحزب الجمهورى . لكن فوربز رجل جاد على مستوى رفيع من الذكاء ، ويسعى للحصول على ثقة الجماهير من أجل الوصول إلى أعلى منصب فى الولايات المتحدة . وما فعلته C B S بهذا الرجل هو العار بعينه» .

ولم يكتف جولدبرج بمهاجمة هذا الأسلوب الصحفى الرخيص والمفضوح ، بل اتخذ خطوة عملية ، ورفع شكواه إلى المنتج التنفيذى للبرنامج ، مطالبًا إياه بإجراء تحقيق فى تلك المهزلة الأخلاقية التى ارتكبها انجيرج ، بل وهدد بأنه إذا لم يتخذ قرارًا بإجراء تحقيق فورى يؤدى إلى نتائج ملموسة ، فإنه سوف ينشر الواقعة بإحدى الصحف الجادة لفضح وسائل الخداع والتلاعب بالأخبار وبأقدار الناس ، بأساليب رخيصة تنافس الصحف الصفراء فى أحط صورها .

ونظرًا لأن المجتمع الأمريكى واقع تحت وطأة أنواع متعددة من اللوبى ، خاصة فى المجال الاقتصادى ، فإنه لم يكن فى إمكان المنتج التنفيذى للبرنامج إجراء أى تحقيق ، سواء بهدف الحفاظ على وظيفته أو لأنه يستمتع بخيرات هذا اللوبى المناوئ للحزب الجمهورى . ولم يتراجع جولدبرج عن موقفه ، ولم يتردد فى نشر مقاله ، وكانت القارعة . وبدأت الحرب العارمة ضده من زملائه الصحفيين فى C B S،

ثم تبعتهم شبكات التليفزيون الأمريكية ومعها الصحف المتواطئة معها ، وكأنه ارتكب جريمة القرن . فقد أصبح وصمة يريد الجميع تجنبها أو تجاهلها أو الهرب منها ، لدرجة أن دار راذر مقدم البرنامج ، رفض أن يتحدث إلى جولدبرج ، وأن يرد على الخطابين اللذين أرسلهما إليه ، وشرح فيهما الأسباب الموضوعية التى دفعته إلى نشر مقاله . أما أندرو هاورد ، رئيس أقسام الأخبار فى C B S ، فقد صرح فى حديث مع صحيفة «واشنطن بوست» بأن مقال جولدبرج «أحدث ألمًا شديدًا ، وأثار غضب العاملين فى الشبكة ، بحيث أجمعوا على إدانته واتهامه بعدم الولاء للمؤسسة» ، فى حين انضم توم بروكاف رئيس الأخبار المسائية فى شبكة N B C إلى الجوقة ، وعلق على المقال قائلاً : «إنه سلوك غير لائق من جولدبرج أن يذهب إلى صحيفة «وول ستريت جورنال» ويهاجم المؤسسة التى يعمل بها» . فمن الواضح أن الشبكات التليفزيونية الأخرى تكتلت ضد الهجمة التى شنها جولدبرج فى مقاله ، لإيمانها أن التحدى الذى واجهته C B S ، يمكن أن تفاجأ به أية شبكة منها ، ولضرورة أن يحافظ العاملون فى منظومة هذه الشبكات على لقمة عيشهم ، وألا يعضوا الأيدى التى امتدت إليهم بالخير والشهرة ، كما جلبت لهم أشهر الجوائز .

وإذا كان جولدبرج قد فتح النار فى مقالته على شبكة C B S التى كان يعمل بها ، فإنه فتح النار على الشبكات الأخرى فى كتابه «التحيز» ليثبت أن شبكته لم تكن استثناء من قاعدة عامة . ولذلك يتساءل عن نوعية الأثر الذى سيحدث داخل توم بروكاف ، إذا اكتشف أن شركة «جنرال اليكتريك» التى تملك شبكة تليفزيون N B C وتدفع له مرتبه الشهرى والمكافآت المجزية ، تخدع المستهلكين وتقوم بتصنيع مصابيح كهربية من مواد بالية جمعتها من صناديق القمامة ، لتحقيق مزيد من المكاسب ؟ وبالتالى لا تريد من الصحافة سوى أن تكون قمامة إعلامية تسبح بحمدها ليل نهار . وماذا سوف يفعل بروكاف إذا عرف أن «جنرال

إليكتريك» تقوم بتصنيع محركات طائرات سيئة وفى حاجة إلى مواصفات أخرى للجودة حتى لا تهدد حياة الركاب . وفى هذا يقول جولدبرج :

«ما توقعته حدث بالفعل ، لأنه فى يوم ٢ يناير ٢٠٠١ ، وبعد خمس سنوات من هجوم توم بروكاف علىّ واتهامى بأننى أهاجم المؤسسة التى أعمل بها ، نشرت صحيفة «وول ستريت جورنال» خبرًا رئيسيًا فى الصفحة الأولى ، يؤكد أن المسئولين فى «هيئة السلامة والأمن الفيدرالية» اكتشفوا عيوبًا في محركات قامت بتصنيعها «جنرال إليكتريك» ، وتستخدم فى بعض طائرات الركاب التجارية ، وأن المسئولين فى الهيئة يشعرون بقلق بالغ من أن هذه العيوب من الممكن أن تفصل بعض أجزاء المحرك أثناء تحليق الطائرات فى الجو ، بما يؤدى إلى كارثة .

«وفى اليوم التالى اعترفت «جنرال إليكتريك» بصحة الخبر الذى أوردته «وول ستريت جورنال» ، وأعلنت أنها سوف تبذل أقصى ما فى وسعها وبأسرع ما يمكن لإصلاح تلك العيوب فى المحركات . وقد طلبت من شركات الطيران أن توقف استخدام هذا النوع من المحركات على طائراتها حتى تنتهى من اصلاح العيوب . وكانت نتيجة هذا الخبر أن انخفضت أسهم شركة جنرال إليكتريك فى سوق الأوراق المالية فى اليوم التالى بنسبة ٩٪ . لكن توم بروكاف لجأ إلى التعمية والتجاهل عندما وجد نفسه عاجزًا عن ممارسة التشويه أو التحريف أو التشهير ، لأن قرار «هيئة السلامة والأمن الفيدرالية» كان واضحًا كالشمس ، حاسمًا كالسيف . وفى هذا قال جولدبرج : «انتظرت تعليق توم بروكاف على الخبر الكبير فى نشرة الأخبار المسائية فى N B C التى يذيعها يوميًا فى فترة الذروة ، لكنه تجاهل الخبر تمامًا !! حتى لا يهاجم المؤسسة التى يعمل بها !» .

وكانت الصحف الأمريكية الجادة والحريصة على مصداقيتها ، بالمرصاد لهذه القضية المريبة اللزجة ، فقررت فضحها برمتها منذ بروزها على الساحة الإعلامية .

فمثلاً فى الأسبوع نفسه كتب أحد كبار كتاب العمود فى عدة صحف أمريكية مقالاً قال فيه : «نحن الذين خارج مؤسسات الإعلام ، ندرك تمامًا منذ عدة سنوات أن هناك تحيزًا وانحرافًا وتشويهًا متعمدًا في عرض الأخبار لتحقيق أغراض مشبوهة للوبى الليبرالى ، ولذلك فإن الإعلام البديل ينمو بسرعة كبيرة ، وما يسمى بالإعلام المباشر يتدهور بنفس السرعة» .

وهذا المصطلح الجديد «الإعلام البديل» هو قناع يبدو أكاديميًا ، ويهدف لتغطية كل الحيل والألاعيب والخدع التى تبنتها الصحافة الصفراء فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر . وبذلك يمكن القول بأن الإعلام المباشر هو الذى تنهض به الصحف القومية والعريقة والجادة فى توعية القراء وتنويرهم بموضوعية تضع الأمور فى نصابها الحقيقى ، فى حين أن ما يسمى «بالإعلام البديل» هو «الإعلام الأصفر» إذا استعرنا الصفة من الصحافة الصفراء ، لأنه لم يكتف باستخدام أساليب الصحافة الصفراء التقليدية ، بل طورها وبلغ آفاقًا لم تبلغها من قبل . فالإعلام البديل هو ما يقدم صورة افتراضية للواقع ، بحيث تبدو حقيقية فى نظر الجمهور برغم أنها مزيفة وأحيانًا وهمية تمامًا . والحقيقة الافتراضية التى ابتكرتها التكنولوجيا المعاصرة من خلال الكومبيوتر ، تقدم للباحثين والدارسين عالمًا وهميًا بالصور ، لكنه قابل للبحث والدراسة لأنه يحمل فى طياته أدق تفاصيل الواقع بكل تفاعلاتها وتطوراتها ، دون بذل أى جهد للانتقال والبحث فى جنبات الواقع الحقيقى . هذا الواقع الافتراضى هو الذى أوحى بفكرة «الإعلام البديل» الذى يصنع للمتلقين واقعًا افتراضيًا ليعيشوا فيه ويعايشوه وهم يظنون أنه الواقع الفعلى . فلم تعد شاشات التليفزيون تعكس الواقع المعاش ، بل تقدم واقعًا افتراضيًا من صنع من يعملون خلفها فى الخفاء . وهى عملية غسيل مخ جماعية لأن الجمهور يفكر ويسلك بناء على الأوهام المحبوكة التى يقدمها التليفزيون ليل نهار . فإذا كان الواقع الفعلى هو الذى يمد الإعلام المباشر الصريح الصادق بمادته الخبرية ، فإن الإعلام

البديل الملتوى الكاذب يستمد مادته من الواقع الافتراضى ، بحيث لا يعيش الجمهور على أرض الواقع بل على شاشات التليفزيون ، وبالتالى يحدث التوحد التام بين الجالسين أمام هذه الشاشات وبين الشخصيات المتحركة عليها ، سواء فى الرأى أو السلوك . ومع التكرار والإلحاح أو التعمية والتجاهل يتقمص المشاهدون الآراء والتوجهات التى تبثها الشاشة ويعتنقونها ظنًا منهم أنها من بنات أفكارهم .

ويعدد جولدبرج نماذج مختلفة لهذا الإعلام البديل عن الواقع الافتراضى أو الوهمى فى كتابه «التحيز» ، فيتناول فى الفصل الخامس تغطية التليفزيون الأمريكى لقضية التشرد فى المجتمع الأمريكى ، وهى تلقى اهتمامًا إعلاميًا كبيرًا لا يتناسب إطلاقًا مع حجمها الصغير ولا مع الأعداد الإحصائية الرسمية للمشردين . ففى عام ١٩٨٩ صرح ريتشارد هايز المسئول عن المكتب الإقليمى لتعداد السكان لصحيفة «نيويورك تايمز» ، بأن الصحفيين العاملين فى التليفزيون يطلبون دائمًا مشردين من البيض ومن أبناء الطبقة الوسطى لإجراء حوار معهم وتسليط الأضواء عليهم لإثبات أنه حتى فى دنيا التشرد لا توجد تفرقة عنصرية ، وذلك بهدف القضاء على الفكرة الشائعة بأن الأغلبية الساحقة من المتشردين هم من السود أو الأقليات غير البيضاء . وهو التضليل الإعلامى الذى جعل وولتر جودمان المشرف على قسم التليفزيون فى صحيفة «نيويورك تايمز» يصف ما يقوم به التليفزيون الأمريكى بأنه «تزويق للحقيقة» .

وكما تلعب الصحافة الصفراء على الانفعالات الرهيفة أو الفجة أو الغليظة عند القراء ، يتخذ الإعلام البديل من التليفزيون أداة شعبية كاسحة للضرب على أوتار الانفعالات المشدودة داخل المشاهدين الذين أفقدتهم ضغوط الحياة القدرة على التفكير المتأنى والتأمل المدقق والمراجعة العقلانية ، ولذلك فهم يتقبلون ما تبثه شاشة التليفزيون وكأنه حقائق لا تقبل الجدل . فلماذا يجهدون عقولهم وهم لديهم ما يكفيهم من المتاعب الشخصية والمشكلات اليومية التى لا تترك لهم

مساحة للاهتمام بالمشكلات القومية العامة مثل التشرد الذى لن يهتموا به إلا من خلال المبالغات الفجة والكاذبة التى تثير انفعالاتهم ومشاعرهم ولكنها لا تحرك عقولهم لتبين الأمور على ما هى عليه فى الواقع . من هنا كانت ضرورة المبالغة فى أرقام أعداد المشردين لجنى ثمار التعاطف الجماهيرى والدعم الإعلامى ، فالعبرة ليست بالأرقام المستمدة من الواقع الفعلى ولكن بالأرقام «المفبركة» من الواقع الافتراضى أو الإيهامى ، خاصة إذا كان الواقع الفعلى لا يلبى المتطلبات أو الأهداف المنشودة.

إن الواقع الفعلى طبقًا للأرقام الرسمية لأعداد المشردين فى الولايات المتحدة حتى أوائل التسعينيات ، قدره «المكتب الإقليمى لتعداد السكان» بحوالى ٢٣٠ ألفًا ، فى حين قدره «المكتب العام للمحاسبة فى الكونجرس» من ٣٠٠ إلى ٦٠٠ ألف مشرد ، فى حين قدره معهد التخطيط فى واشنطن من ٣٥٥ إلى ٤٦٢ ألفًا . وهذه الأرقام ليست سرية لأنها فى متناول أى شخص يطلبها ، ومن باب أولى فإن الصحفيين يعرفون أين تقع هذه المؤسسات ، وكيف يتصلون بها ويحصلون منها على ما يريدون من احصائيات دقيقة وصادقة . لكن اللوبى المدافع عن المشردين والمستفيد من مشكلتهم يقدر أرقامهم بالملايين ، والجمهور المخدوع يصدقه لقدرته على الوصول إليه والإلحاح على بصره وسمعه ، فى حين تقبع المؤسسات والهيئات والمكاتب والمعاهد الرسمية بمعلوماتها فى الظل .

وأحيانًا ينجرف بعض الصحفيين الجادين مع تيار المبالغات دون سبب واضح أو مبرر قوى . ففى عام ١٩٨٩ أعلن الصحفى الجاد «فاندى كراولى» فى شبكة تليفزيون C N N أن «الشتاء القادم أصبح على الأبواب ، فى حين يقبع ثلاثة ملايين مشرد فى الولايات المتحدة بلا بيت يؤويهم ، ولا أحد يعرف إذا كان كراولى قد ذكر هذا الرقم العشوائى عن حسن نية أو سوء قصد . وطالما أن المجال أصبح مفتوحًا على مصراعيه لأى تقدير عشوائى لن يراجعه أحد ، ففى يناير

١٩٩٣ قالت جاكى نيبرال الصحفية الشهيرة وكبيرة المذيعين فى برنامج «عطلة نهاية الأسبوع» فى شبكة N B C إنه يوجد على المستوى القومى خمسة ملايين مشرد لا مأوى لهم فى الولايات المتحدة ، والأعداد فى زيادة مستمرة ، دون ذكر أى مصدر رسمى أو إحصائى معترف به لهذا الرقم المخيف ، وكأن المجال الإعلامى تحول إلى صالة للمزادات ، كل يزايد فيها على الآخر حتى يتفوق عليه .

ويتصاعد المزاد فيذكر شارك أوسجود فى شبكة C B S أنه مع اقتراب عام ٢٠٠٠ سوف يصل أعداد المشردين فى المجتمع الأمريكى إلى ١٩ مليونًا ، إذا لم تتخذ الإجراءات بسرعة لحل المشكلة وإنقاذ حياة هؤلاء الملايين من الأمريكيين . وبذلك تتحول هذه الشبكات التليفزيونية إلى أوركسترا عجيب يعزف نفس السيمفونية بتناغم يحسد عليه دون وجود مايسترو واضح يقوده ، إذ إنه مختبئ فى دهاليز وخبايا الإعلام المسمى بالقومى . ومن الواضح أن كل عازف يدرك أبعاد دوره جيدًا ، والوقت الذى يشرع فيه فى العزف حتى لا يحدث أى نشاز أو تضارب بينه وبين الآخرين ، وحتى لا يشوش أحدهم على الآخر ، خاصة إذا كان هناك تناقض فى الأرقام ، ذلك أن الجرعات المعلوماتية لابد أن تقدم بقدر معلوم ، سواء فى حجمها أو توقيتها .

ويستمر التلاعب بالأرقام وبعقول الجماهير ومشاعرها ، فيبرز عازف آخر هو الصحفى راى برادى مراسل الأخبار المسائية فى شبكة C B S ، فيكشف سرًا جديدًا كان خافيًا على أجهزة التقصى ومعاهد الأبحاث !! وهو وجود نوع من المشردين الخفيين الذين لا يعلم أحد شيئًا عنهم . ثم يقوم بعرضهم على الشاشة كنوع من السبق الصحفى الذى هو فى حقيقته تهريج مفضوح . فهؤلاء المشردون يقيمون فى منازل أنيقة !! ولا علاقة لهم إطلاقًا بالتشرد من قريب أو بعيد ، ولكن لأنهم لا يملكون الإمكانات لشراء أو تأجير منازل خاصة بهم ، فإنهم يقيمون فى

منازل آبائهم الفاخرة المزودة بكل الأجهزة ووسائل الرفاهية . لكن شبكة C B S وقعت فى خطأ المبالغة الفاحشة التى أصبحت تتحاشاها أقل الصحف الصفراء شأنًا لأنها تأتى بنتائج عكسية ، ذلك أنه حتى الاستهانة بعقول الجماهير يجب أن تقف عند حدود معينة لا تتجاوزها ، طبقًا للمبدأ المعروف : «كل شىء يزيد على حده ينقلب إلى ضده» . ولذلك أشار المايسترو الخفى بعصاه السحرية بشطب هذه النغمة النشار على الفور من المدونة السيمفونية ، وعدم تكرارها مرة ثانية ، حتى لا تفسد السيمفونية بأكملها .

نعود إلى نظرية الواقع الافتراضى الذى يمكن التلاعب به لدرجة إبرازه للوجود أو إخفائه تمامًا فى الدهاليز المظلمة . ففى أوائل التسعينيات هبطت معجزة على شوارع الولايات المتحدة ، إذ اختفى المشردون فجأة وانتهت مشكلاتهم ومتاعبهم ، ولم يعد لهم وجود فى أى ركن من أركان البلاد . وتوقفت إذاعة أخبارهم ، ولم يعد دان راذر فى C B S أو توم بروكاف فى N B C ، يذكران شيئًا عن المشردين ومآسيهم فى برامجهما الإخبارية المسائية . فنظرًا لانتماء هؤلاء العاملين فى هذه الشبكات للحزب الديمقراطى واعتبارهم يساريين بالمفهوم الأمريكى ، فقد انتهت مشكلة التشرد فى الولايات المتحدة فى اليوم الذى حلف فيه بيل كلينتون اليمين وتولى الرياسة الأمريكية . فالقضية ليست معالجة موضوعية لمشكلة واقعية وإنما مجرد تحيز سياسى لحزب معين ، تمامًا مثلما كان أنصار القبائل أو العشائر يفعلون فى الماضى ، ذلك أن القبيلة دائمًا على حق ويجب نصرتها بكل الوسائل الشرعية أو غير الشرعية . ومن العجب العجاب أن تعود مشكلة التشرد لتفرض نفسها على الصحف وأجهزة الإعلام مع دخول رونالد ريجان الجمهورى البيت الأبيض برغم أن أول يوم لرياسته واكب الإفراج عن الرهائن الأمريكيين فى السفارة الأمريكية بطهران فيما يشبه الحل السحرى المبهر الغامض لمشكلة أزمنت وأذلت عنق الولايات المتحدة أمام العالم أجمع .

يتساءل جولدبرج فى كتابه «التحيز» قائلاً : «ماذا حدث ؟ هل اكتشف الإعلام مشكلة المشردين لأن ريجان الذى ينتمى إلى الحزب الجمهورى أصبح رئيسًا للولايات المتحدة ، ونسى الإعلام المشكلة بمجرد انتخاب بيل كلينتون الديمقراطى رئيسًا ؟ الإجابة عن هذا السؤال هى «نعم» . وقد تبين فى دراسة حول الإعلام الأمريكى أن صحيفة «نيويورك تايمز» نشرت فى عام ١٩٨٨ وحده خمسين خبرًا عن المشردين ، من بينها خمسة أخبار فى الصفحة الأولى . وفى عام ١٩٩٨، أى بعد عشر سنوات ، نشرت الصحيفة نفسها عشرة أخبار فقط ، ليس بينها خبر واحد فى الصفحة الأولى . وبما أن شبكات التليفزيون الأمريكى ترصد باستمرار الإشارات والتوجهات الواردة فى «نيويورك تايمز» وتستلهمها فى رسم خطوطها الإعلامية الرئيسية ، فقد انخفضت بالتالى الفترات المخصصة للمشردين فى التليفزيون الأمريكى ، وأصبحت فى بعض الأحايين مجرد إشارات عابرة يمر بها المشاهدون مر الكرام .

وفى عام ١٩٩٠ أثناء فترة رياسة جورج بوش (الأب) ، أوضح «مركز البحث الإعلامى» فى دراسة تحليلية واحصائية له ، أن ٧١ خبرًا فى تليفزيونات C B S ، N B C ، A B C ، قد أذيع بانتظام والحاح ، خلال الفترات المسائية فى ذلك العام وحده ، لكن بمجرد دخول بيل كلينتون البيت الأبيض انخفض العدد إلى مجرد أخبار عابرة فقط . ولذلك أصبح من السهل استخدام ترمومتر إعلامى لقياس نسب الجرعات الإعلامية التى تتراوح بقدر فاضح بين فترات الرياسة الديمقراطية والجمهورية ، فالقضايا كلها حزبية قلبًا وقالبًا فى حقيقتها ، لكن لا مانع من أن ترتدى الأقنعة القومية كلما اقتضت الضرورة . ومن هنا كان الانتماء الحزبى يسبق دائمًا الانتماء الوطنى أو القومى . ويحرص الإعلام على تكريس هذا التوجه الحزبى ، سواء فى الصحف الجادة التى ترفع شعارات القومية أو شبكات التليفزيون التى تغطى العالم أجمع وليست الولايات المتحدة فحسب . ولذلك فإن كل القضايا

والمشكلات التى يمكن أن تكون قومية سرعان ما تتحول إلى قضايا حزبية أو بمعنى أدق أسلحة يشهرها كل حزب فى وجه الآخر . أما الإعلامى أو الصحفى الذى لا يحرص على تأكيد وترسيخ انتمائه إلى أحد الحزبين الكبيرين ، فلابد أن يجد نفسه فى العراء بلا أى غطاء أو حماية ، مثلما حدث لبرنارد جولدبرج .

فإذا تركنا مشكلة التشرد التى تظهر وتختفى حسب الطلب ، إلى مشكلة مرض نقص المناعة المعروف بالإيدز ، نجد أن الحملة الصحفية المغرضة ومن ورائها النشطاء الذين يطالبون الحكومة بتخصيص ملايين الدولارات لمكافحة الإيدز ، تسببت فى إصابة الأمريكيين بنوع من الهلع الذى جعلهم يعيشون فى كابوس متصل . فقد أكد الإعلام المغرض أن الإيدز يصيب الأمريكى العادى الطبيعى ولا يقتصر على المدمنين والشواذ جنسيًا والعاهرات ، أى أن أى أمريكى معرض للإصابة به فى أية لحظة ، لدرجة أن كل من يصاب بالبرد أو الإنفلونزا يتصور أنه أصيب بالمرض اللعين ، إذ إن أى مرض سببه ضعف المناعة ، بالإضافة إلى تركيز الحملة المغرضة على أن الفيروس يصل إلى أى إنسان من أى مكان .

وإذا كانت الصحافة الصفراء التقليدية تسعى إلى إثارة القراء لجذبهم إليها ، فإن الحملات الصحفية والإعلامية المغرضة قد تجاوزت كل الحدود الحمراء التى احترمتها معظم الصحف الصفراء ، عندما أدارت ظهرها لعوامل الإثارة والتسلية الساذجة إلى عوامل التخويف والرعب . ففى عام ١٩٩٠ ذكرت بعض الصحف ومعها بعض شبكات التليفزيون التى تسمى بالقومية أو الجادة ، أن واحدًا من خمسة أشخاص من الطبيعيين الأصحاء الذين لا يمارسون الجنس إلا بطرق مشروعة وطبيعية ، يمكن أن يصابوا بالإيدز ويموتوا خلال خمس سنوات . وبذلك أصبحت الصحافة القومية تمارس نوعًا من الديكتاتورية التى تفرض نفسها على المواطنين بالتخويف والرعب ، مثلها فى ذلك مثل أى نظام شمولى أو فاشى يلقى

بالمواطنين فى السجون أو المعتقلات أو المنافى البعيدة لمجرد شبهات لا أساس لها من الواقع ، أما المواطنون الطلقاء فيعيشون فى سجن من الرعب ، خاص بكل واحد منهم . ونفس الوضع ينطبق على المواطنين الأمريكيين الذين يعيشون فى سجن الخوف والرعب من الإصابة بالإيدز المميت فى أية لحظة من لحظات حياتهم . بل إن الايدز أكثر إثارة للرعب من السجن أو المعتقل أو المنفى الذى يمكن أن يعود منه المسجون أو المنفى حيًا ، أما الايدز فهو حكم بالإعدام على المصاب به إن عاجلاً أو آجلاً . وهى هيستيريا الرعب التى أثارتها الصحافة القومية الأمريكية بين المواطنين طمعًا فى زيادة التوزيع والإعلانات ، فى حين أن الصحف الصفراء نأت عن إثارة الرعب المفتعل من جانب الصحافة القومية ، وركزت على القصص المثيرة التى دارت حول الذين اصيبوا بالإيدز نتيجة للشذوذ الجنسى أو الاتصال بالمصابات به . وبرغم الحرص على عوامل الإثارة ، فإن هذه القصص كان لها جانب تربوى وأخلاقى وتحذيرى من عواقب العلاقات غير الشرعية أو المشبوهة ، وهو الجانب الذى غاب تمامًا فى حملات الرعب التى أعلنتها الصحافة القومية بصفة عامة وشبكات التليفزيون بصفة خاصة ، التى ظلت تلح وتكرر أن الإيدز أصبح أكبر خطر يهدد صحة الإنسان فى تاريخ الولايات المتحدة ولم يعد هناك شخص آمن من هذا الطاعون . فهناك بون شاسع بين التوعية والتحذير العقلانى وبين التخويف وإثارة الرعب الذى يفقد الإنسان القدرة على استيعاب الموقف وتجنب تفاقمه .

ويتساءل جولدبرج فى مرارة : «هل قام الإعلام بحملته المضللة عن مرض الإيدز للحصول على المزيد من الإعلانات وتحقيق قدر أكبر من التوزيع والانتشار ؟» . ويجيب هو نفسه عن تساؤله فيقول :

«إن المديرين الكبار فى التليفزيون والمسئولين عن الأخبار ، والعاملين تحت قيادتهم بصفة عامة ، مستعدون لعمل أى شىء ، أى شىء مقابل الحصول على

مزيد من الإعلانات ، حتى لو اختلقوا الأكاذيب لإثارة الرعب بين الأمريكيين .

فهذا هو ما عرفته من خلال تجربتى طوال سنوات عملي فى شبكة C B S . ومع ذلك لم تكن الإعلانات هى السبب الوحيد الذى أدى إلى هذه الحملة الإعلامية ، ذلك أن الصحفيين اليساريين يصنفون أنفسهم دائمًا على أنهم أكثر رحمة وتعاطفًا مع جماهير الشعب الأمريكى ، وذلك لكسب تأييدها . فهم يكررون كليشيهات جاهزة فى كل المناسبات مثل «نحن نعمل من أجلكم» ، ثم يتربصون بأى موقف جديد أو حدث طارئ ليصنعوا منه موجة مواتية يركبونها نحو تحقيق أهدافهم . وجاء الإيدز ليمنحهم فرصة جديدة يؤكدون فيها للقراء والمشاهدين أنهم «يعملون من أجلهم» ولحمايتهم ويشفقون عليهم من الإصابة بالمرض القاتل .

ويسمى جولدبرج فى كتابه «التحيز» ، هذه الصحافة بأنها «صحافة اللعب على مشاعر الجماهير» وهذا يعنى أنه لم تعد هناك صحافة صفراء وأخرى غير صفراء ، بل إن الصحافة برمتها : مقروءة ومسموعة ومرئية ، أصبحت شطارة وتجارة مثل أية تجارة أخرى ، ليست لها رسالة أو هدف سوى الربح والمزيد من الربح مع الشوشرة والتعتيم على الدراسات الأكاديمية والأبحاث الميدانية والإحصائيات العلمية التى تلقى الأضواء الفاحصة على الحقائق والوقائع الفعلية ، والتى تفضح أخبارهم وتعليقاتهم وتحليلاتهم المزيفة،وبياناتهم الكاذبة . فمثلاً كان «مركز مكافحة الأمراض والوقاية منها» قد أعلن منذ أن دخل الفيروس المسبب لمرض الإيدز الولايات المتحدة وحتى عام ٢٠٠٠، أن عدد المصابين والذين قضى عليهم المرض هو ٧٥١٩٦٥ مواطنًا أمريكيًا . وهذا العدد يمثل أقل من نصف فى المائة من تعداد سكان الولايات المتحدة ، ومع ذلك لم يتخل الإعلام عن تشنيعه وتبجحه ، وأصر على أن خمس تعداد أمريكا سوف يقتلهم المرض خلال ثلاث سنوات ، أى أن ثمانين مليون أمريكى سيلقون حتفهم . ومضت السنوات الثلاث ولم يحدث أى شىء من هذا القبيل . ولم تعتذر الصحف القومية عن بياناتها وأرقامها المزيفة ، كأن

شيئا لم يحدث فقد تجاهلت ما قالته وابتلعته تمامًا ، لأنها تدرك أن القراء لا يطلعون على بيانات المراكز العلمية إلا إذا نشرتها الصحف وفى مكان ملحوظ . ومادام الأمر أولاً وأخيرًا فى أيدى الصحف فلماذا تعترف بكذبها وتشنيعها ؟! بل من الحكمة والدهاء أن تترك الجرعة القديمة القوية تسرى بمفعولها فيهم حتى يرتبطوا أكثر بصحفهم ، فيزداد التوزيع والانتشار ومعهما المزيد من الإعلانات . فهل يمكن القول بعد كل هذا الزيف والكذب والخداع بأن الصحف المعروفة بالقومية أو الجادة أو العريقة أو المحترمة ، أكثر شرفًا ورقيًا وصدقًا وأمانة من الصحف المسماة بالصفراء ؟!

ويتناول جولدبرج أزمة الصحافة الأمريكية بل ومحنتها بالتحليل فى الفصل السابع من كتابه ، فيوضح أن هذه المحنة ليست مفروضة عليها من خارجها ، من السلطات والأجهزة الرسمية مثلاً ، بل نابعة من داخلها على أيدى أبنائها الذين يرون فى الدولار وطنهم الفعلى والحقيقى ، أما الولايات المتحدة فهى مجرد أرض يتحركون عليها . ويسخر جولدبرج من المنظومة الصحفية الأمريكية بأسرها ، فيقول إن من بدهيات رسالة الصحافة ، إعلام القراء والمشاهدين بالخبر الصادق والحقيقة الراهنة بقدر الإمكان ، إلا أن الإعلام الأمريكى يبدو وكأنه لم يتلق هذه الرسالة ، برغم كل أبواق الدعاية التى تتحدث عن حرية الصحافة والتعبير ، وقداسة مبدأ إبداء الرأى ، وأمانة الكلمة وشرفها وغير ذلك من الأسس الوطيدة التى تنهض عليها أخلاقيات العمل الصحفى . لكن هذه القيم والمثل الصحفية التى تتغنى بها أجهزة الدعاية ليل نهار ، تداس بالأحذية ، وتتلقى طعنات كل يوم من العاملين فى الصحف والمجلات مقابل إضافة بضعة دولارات إلى رواتبهم أو أرباحهم .

إن الصحافة القومية الأمريكية تقدم الواقع المجتمعى كما تحب أن تراه طبقًا لمواصفاتها الخاصة ، وليس كما هو على حقيقته . فهو واقع وهمى تفترضه الصحافة وتفرضه على القراء والمشاهدين دون أن يشعروا ظنًا منهم أن مرآة الصحافة لا

تكذب ولا تتجمل ولا تحرف ولا تحابى ، لأنها لا تملك سوى أن تعكس المظاهر والظواهر التى ترد أمامها ، لكنها فى أحايين كثيرة تكذب بأمر مباشر من رئيس التحرير أو مدير الإنتاج ، أيًا كان هذا المسئول . فمثلاً أرسل قسم الأخبار المسائية فى شبكة C B S ، الصحفى لارى دويل الذى كان مقره مكتب الشبكة فى ميامى إلى ولاية ألاباما لإعداد تحقيق إخبارى تليفزيونى . وكان دويل صاحب ماض مشرف ، إذ عمل ضابطًا فى «المارينز» ، وحارب وأصيب فى فيتنام . وعرف عنه أنه قوى الشخصية وصريح وواضح ومباشر ، وليس لديه أى استعداد للمراوغة أو الخداع ، ويؤمن أن الصحافة رسالة سامية قبل أن تكون تجارة رائجة .

اصطحب دويل معه محررة شابة اسمها ديانا جونز إليس . وطار كلاهما إلى ألاباما ، ومن مطار مونتجمرى انتقلا إلى السجن الذى يقع وسط مزرعة شاسعة ، حيث كان حاكم الولاية ومدير السجن فى انتظارهما ، ومعهما المسئولون عن المزرعة الذين رحبوا بهما . وكانوا جميعًا فى منتهى الفخر بعودة السلاسل الحديدية من جديد لتقييد السجناء وتأديبهم . ولذلك سمحوا للمصورين المصاحبين للصحفيين بأخذ اللقطات وتصوير المشاهد التى تكشف عن هذه القيود التى تكبل السجناء من أيديهم وأرجلهم . كان عددهم عشرين سجينًا ، وضع كل خمسة منهم فى مجموعة واحدة ، وقد قيدوا مع بعضهم فى سلسلة واحدة . ووصف دويل الطقس فى تحقيقه بأنه كان أحد أيام شهر أغسطس الشديدة الحرارة والرطوبة . وكان السجناء يقطعون الأحجار الكبيرة ويمهدون الطرق حول القرية والمزرعة ، وهم يتصببون عرقًا وفى حالة بشعة من البؤس والإعياء .

انتهز أحد السجناء الفرصة فقال لديانا وهو ينظر إلى الكاميرا : «إن هذا الوضع يجعلنى أكره نفسى وحياتى» ، فى حين قال آخر : «أنا لست كلبًا حقيرًا ، أنا إنسان» ، ثم قال ثالث : «إن هذه القيود تجعلنا مثل العبيد الأذلاء» . وتم تسجيل

هذه الكلمات المريرة بالفيديو . كما تم لقاء الصحفيين بحاكم الولاية ومدير السجن اللذين أكدا فى البرنامج على ضرورة هذه القيود لتأديب المجرمين .ثم أرسلا شريط الفيديو إلى مركز بث شبكة C B S فى نيويورك ليذاع فى الأخبار المسائية . وإلى هنا كانت مجريات الأمور طبيعية للغاية ، ذلك أن المثل يضرب بالرعب والتعذيب والإذلال والاستعباد الذى يلقاه المحبوسون فى السجون الأمريكية لدرجة أن بعضهم ينتحر عندما يعجز عن الصمود فى مواجهة هذا الجحيم . ولا تجد سلطات الداخلية والسجون أى حرج فى هذا ، بل إنها فخورة برسالتها التى تنهض بها لحماية المجتمع من هؤلاء المجرمين .

لكن يبدو أن دويل لم يكن واعيًا ببعض الاعتبارات أو الحساسيات التى تضعها الصحافة القومية فى حسبانها . فقد تلقى اتصالاً تليفونيًا بعد عودته إلى ميامى من آل بيرمان كبير المسئولين عن الإنتاج فى C B S ، إذ إنه لم يجد حرجًا ولم يحذر المنتج من أن جميع السجناء فى الفيلم كانوا من السود باستثناء سجين أبيض واحد فقط . لقد أعد دويل التحقيق وقام بتصويره كما شاهده على الطبيعة ثم راجعه وأرسله إلى نيويورك ليذاع فى الأخبار المسائية . ونظرًا لثقة المسئولين فى دقة دويل ، فقد تقررت إذاعته فى المساء ، لكنهم اكتشفوا أن السجناء المقيدين بالسلاسل الحديدية كلهم من السود باستثناء سجين أبيض واحد ، أثناء عرض الفيلم الذى أرسل بالقمر الصناعى قبل إذاعته ببضع دقائق . كان السيف قد سبق العذل ، ولم يعد من الممكن حذف أو تعديل أى شىء فى الفيلم ، مما اضطرهم إلى عرضه على الجمهور كما هو .

تحدث بيرمان إلى دويل فى سخرية وكأنه رئيس تحرير صحيفة صفراء بمعنى الكلمة . كان حديثه ينطوى على تحذير دفين بألا يتكرر هذا الخطأ مرة أخرى وهو يقول له بصراحة مريرة : «لقد قدمت للرأى العام الأمريكى صورة عادلة وأنت

تشرح له من هم السجناء ؟ وأين هم ؟ ولذلك يجب علينا فى المرات القادمة أن نكون أكثر حرصًا ويقظة . فلا يصح أن نعطى انطباعًا للمشاهدين بأن السجناء فى ولاية ألاباما كلهم من السود !» .

لم يكن دويل يدرك أن الصحافة القومية التى تتشدق بالموضوعية والمصداقية ليل نهار ، تسير على نهج الصحافة الصفراء فى التلوين والتعديل والتزويق وتصوير الواقع كما تريده هى . وكان يرتبط بعلاقة صداقة مع جولدبرج فعبر له عن غضبه من ملاحظات بيرمان المستفزة التى تحرضه على الكذب والخداع قائلاً له :

«لقد عرضت صورة واقع ما يحدث فى سجن ألاباما . فماذا يعنى أن أكون أكثر حرصًا ويقظة ؟ هل مطلوب منى تزييف الواقع ، وعرض صورة غير حقيقية لما يجرى هناك ، بتقديم أشخاص بيض على أنهم سجناء هم غير موجودين فى الواقع ؟! لقد كان هناك سجين واحد أبيض فقط وسط المسجونين العشرين المكبلين بالسلاسل فى سجن ألاباما . فماذا كان مطلوبًا من الصحفى أن يفعل ؟ أليس مهمتنا هى أن نقول الحقيقة ؟!» .

لقد أدرك دويل من خلال تجربته العملية أن الإعلام فى بلده كاذب ومتحيز ، وأن الصحافة القومية هى فى جوهرها صحافة صفراء بمعنى الكلمة ، وإن كانت الصحافة الصفراء الحقيقية أعمق مصداقية بحكم أنها تلعب على المكشوف ، ولا ترتدى أقنعة براقة لخداع قرائها . ومن هنا كان وصف جولدبرج الصحفيين بأنهم عصابة من المافيا من خلال عرضه شهادته الأمينة عن التحيز الإعلامى والصحفى ، عرضًا مدعمًا بالوثائق والأرقام التى وردت فى دراسات وبيانات مراكز البحث العلمى والأكاديمى المتخصصة والتى لاهم لها ولا رسالة سوى البحث عن الحقائق الموضوعية بكل السبل والوسائل الممكنة .

ويعد كتاب برنارد جولدبرج «التحيز» إضافة أصيلة وعميقة لكتاب «المتلاعبون بالعقول : كيف يجذب محركو الدمى الكبار فى السياسة والإعلان

ووسائل الاتصال الجماهيرى ، خيوط الرأى العام» الذى ألفه هربرت أ. شيللر والذى يدرس بإسهاب أساليب التضليل الإعلامى والوعى المعلب ، والعنصر الحكومى ، والعسكرى / الصناعى فى صناعة المعرفة ، وتعزيز الوضع الراهن من خلال الترفيه والتسلية ، وقياس الرأى وتصنيعه ، وتوجيه العقول ، والقناع الديمقراطى للتكنولوجيا الإعلامية .

وهذا يدل على أن الفكر الأمريكى لا يزال يحتفظ بطاقاته الإيجابية التى تتمثل فى هؤلاء المفكرين من ذوى الرؤية الثاقبة الموضوعية التى تحفظ لهذا الفكر توازنه وكيانه فى وجه صحافة جشعة شرهة ، تدوس فى طريقها على كل المضطهدين والمطحونين والمهمشين من أجل المزيد من الأرباح والمكاسب ، ومن خلال التحالف الخفى أو الصريح مع المهيمنين على النظام الاجتماعى . فإذا كان الإعلام فى الدول الشمولية والديكتاتورية عبارة عن أبواق للأنظمة السياسية فى شتى المجالات وعلى كل المستويات ، فإنه فى الدول الديمقراطية والليبرالية يقوم بدور مشابه ولكن من منطلق المصالح المشتركة بينه وبين الأنظمة والأحزاب السياسية ، وليس بسبب الضغوط التى تمارسها عليه الأنظمة الشمولية بصفته صنيعها . لكن النتيجة تكاد تكون متشابهة إلى حد كبير ، لأن الإعلام فى كلتا الحالتين هو ضمن منظومة السلطة فى مواجهة الجماهير ، وإن اختلفت الأساليب والوسائل . وبالتالى فإن جوهر القهر يكمن فى البنية الأساسية لكل منهما ، وهما يتحدان فى الهدف النهائى الذى يتمثل فى التضليل الإعلامى الذى تمارسه الصحافة الشمولية بأسلوب مباشر ومنظم ومفروض على الجماهير العاجزة عن التصريح برأيها الحقيقى فيه ، فى حين تمارسه الصحافة الديمقراطية بوسائل عديدة ومتنوعة بل وجذابة ومغرية مثل تلك التى اشتهرت بها الصحافة الصفراء التى يمكن القول بأنها أصبحت سيدة الموقف والمدرسة التى يتخرج فيها الصحفيون الشبان الذين يمكن أن يصلوا فيما بعد إلى مرتبة نجوم الصحافة القومية . لقد اختلط

الحابل بالنابل وأصبح لتقاليد الصحافة الصفراء وأساليبها وخدعها وحيلها القدح المعلى . بل إن الصحافة القومية طورتها وبلغت بها آفاقًا جديدة بحجة أن الغاية القومية تبرر الوسيلة الصفراء .

ويستشهد شيللر بقول باولو فرير فى كتابه «بيداجوجية المطحونين» بأن تضليل عقول البشر هو أداة للقهر ، لأنه يمثل إحدى الأدوات التى تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة . والحكام لا يلجأون إلى التضليل الإعلامى إلا عندما يبدأ الشعب فى الظهور ، ولو بصورة فجة ، كإرادة اجتماعية فى مسار العملية التاريخية ، أما قبل ذلك ، فلا وجود للتضليل بالمعنى الدقيق للكلمة ، إذ لا ضرورة له فى حالة القمع الشامل الذى يعيش الشعب تحت وطأته ، لأنه لم يكن يمثل الأداة الرئيسية للسيطرة الاجتماعية فى الولايات المتحدة ، فلم تكن هناك حاجة لاستخدامه ووضعه موضع التنفيذ إلا فى مناسبات متباعدة وقصيرة الأمد بوجه عام . فمنذ عصر استيطان القارة الأمريكية ، ظل المهيمنون على النظام الاجتماعى يمارسون بفعالية تامة تضليل الأغلبية البيضاء باستمالتها وخداعها ، أما الأقلية الملونة فيمارسون معها القمع الصريح . ويوضح المفكر الأمريكى جور فيدال مدى الدهاء الأمريكى فى التضليل الإعلامى ، فى مقالة له فى «مجلة نيويورك لعرض الكتب» ١٠ أغسطس ١٩٧٢، فيقول إن العبقرية المرعبة للنخبة السياسية الأمريكية منذ البداية ، تمثلت فى قدرتها على إقناع الشعب بالتصويت ضد أكثر مصالحه أهمية . وهو ما قد تعجز عنه أشد النظم الشمولية بطشًا لأنها تستخدم الضغط المباشر والقمع الصريح للمواطنين الواقعين تحت وطأتها ، والواعين بوضعهم بحيث يتصرفون طبقًا له برغم أنفهم . أما مواطنو المجتمع الأمريكى الديمقراطى والليبرالى فيرى جور فيدال أن عمليات غسيل المخ بلغت بهم درجة تصوروا فيها أنهم يمارسون حقهم الانتخابى فى تحقيق مصالحهم القومية والحيوية ، فى حين أنهم يصوتون ضد أكثرها أهمية دون أن يدروا .

ولذلك كان من الطبيعى أن تكون الولايات المتحدة هى وطن الصحافة الصفراء ومسقط رأسها ، قبل انتشارها فى شتى أرجاء العالم . ذلك أن الصدق

والصراحة والمواجهة المباشرة من القيم والأساليب التى يصعب تطبيقها على أمة جمعت أصولها من شعوب الشمال والجنوب والشرق والغرب ، والتى لا يمكن معاملتها إعلاميًا من منظور واحد صريح ومباشر . فلابد من استخدام أساليب الدهاء والخداع والمراوغة والتلاعب بالعقول والمشاعر ، حتى لا تدخل آليات السلطة فى طرق مسدودة ومتاهات جانبية وحلقات مفرغة ، أو تواجه تناقضات واختلافات لا حصر لها . ومن هنا كانت ضرورة النظام الفيدرالى الذى يمنح كل ولاية الحق فى سن وتشريع وتطبيق القوانين التى تناسبها ، والتى قد تتناقض وتختلف مع قوانين ولاية أخرى مجاورة لها ، بحيث إذا وقعت مشكلة فى ولاية معينة فإنها لا تنتقل إلى ولايات أخرى على سبيل العدوى . وهى نفس النظرية المطبقة فى بناء السفن الكبيرة أو العملاقة ، إذ إن قاعها مكون من «سحارات» ضخمة من الصلب ، ومنفصلة عن بعضها بعضًا ، فإذا أصيبت إحدى السحارات بثقب أو عطب ، فإن السفينة لاتغرق ، بل تواصل سيرها إلى حيث يمكن إصلاحه.

وهذا التنوع الشديد فى المجتمع الأمريكى ، أدى إلى نفس التنوع والتعدد فى وسائل التضليل التى بدأتها الصحافة الصفراء فى أواخر القرن التاسع عشر ، ثم تحولت إلى مدارس وتيارات غمرت الحياة الصحفية والإعلامية برمتها ، برغم التفرقة المصطنعة بين ما يسمى بالصحافة القومية والصحافة الصفراء . وفى هذا يقول هربرت شيللر فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» :

«إن وسائل التضليل عديدة ومتنوعة ، لكن من الواضح أن السيطرة على أجهزة المعلومات ، والصور على كل المستويات ، تمثل وسيلة أساسية . ويتم تأمين ذلك من خلال إعمال قاعدة بسيطة من قواعد اقتصاد السوق . فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها ، شأنه شأن أشكال الملكية الأخرى ، متاح لمن يملكون رأس المال . والنتيجة الحتمية لذلك هى أن تصبح محطات الإذاعة ، وشبكات التليفزيون ، والصحف والمجلات ، وصناعة السينما ، ودور النشر مملوكة جميعًا

لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية . وهكذا يصبح الجهاز الإعلامى جاهزًا تمامًا للاضطلاع بدور فعال وحاسم فى عملية التضليل» .

ويقف كل من هربرت شيللر فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» وبرنارد جولدبرج فى كتابه «التحيز» على أرضية مشتركة أو قاعدة ينطلقان منها لكشف القوى المتحكمة فى وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ، وتعرية الوسائل التى يتمكنون بها من إخفاء وجودهم ، وإنكار تأثيرهم ، أو التى يمارسون من خلالها سيطرة توجيهية فى ظل رعاية تبدو فى ظاهرها معتدلة أو طبيعية أو قومية تهدف إلى تحقيق الصالح العام للوطن . ومن هنا كان هدف الكتابين تحليل عمليات جمع ونشر المعلومات على نحو نقدى وفهم وظائفها الأساسية ، بصورة تتناقض مع ما يزعمه المتلاعبون بالعقول أنهم يفعلونه .

كذلك أثبت كل من شيللر وجولدبرج أن دراسة وسائل الاتصال فى الولايات المتحدة ، تمثل موضوعًا بالغ الأهمية بالنسبة للمجتمع الدولى . ولذلك يقول شيللر :

«لا يتمثل السبب فى ذلك الاهتمام فى مجرد الفضول الشديد لمعرفة أحوال هذا البلد ، بل يتمثل أيضًا فى القضايا الحيوية التى يثيرها هذا النظام فيما يتعلق بالسيادة الوطنية للشعوب الأخرى ، بل واستمرار بقائها أيضًا . فثقافة أمريكا الشمالية يجرى تصديرها عالميًا . وقد أصبحت بالفعل النموذج السائد فى أماكن عديدة خارج الولايات المتحدة» .

ويطالب شيللر الباحثين الأمريكيين بتوجيه اهتمامهم لهذه القضايا الحيوية بل والمصيرية ليس بالنسبة للولايات المتحدة فحسب بل بالنسبة للعالم أجمع دون أية مبالغة . فذلك أقل ما ينبغى عمله فى وقت يبدو فيه الحكام ، داخل مجتمعاتهم، أشد ما يكونون تصميمًا على أسر عقول ونفوس الشعوب فى كل

مكان . وخاصة أن التقدم فى تكنولوجيا وسائل الاتصال ساعد على ظهور أشكال أكثر تعقيدًا من التضليل الإعلامى . كما يوضح شيللر أن صفة «القومية» أصبحت غطاءً رسميًا لكل الممارسات الخفية والعلنية فى مجالات التضليل الاعلامى :

«وفى الوقت الحاضر يعزف مهرجان وسائل الإعلام القومى ألحانه ، بقيادة وكلاء الاقتصاد الرأسمالى للدولة ، المقيمين فى المكاتب التنفيذية للبيت الأبيض ، وفى مكاتب العلاقات العامة ووكالات الإعلام بشارع ماديسون . وهناك ما يبرر الاعتقاد بأن عملية إدارة وتوجيه المعلومات سوف تشهد المزيد والمزيد من التنظيم ، على أيدى المتحكمين فى وسائل الإعلام فى السنوات القادمة . إن تدفق المعلومات فى مجتمع معقد هو مصدر لسلطة لا نظير لها . وليس من الواقعية فى شىء أن نتصور أن التحكم فى هذه السلطة سوف يتم التخلى عنه عن طيب خاطر».

فى الفصل الأول من كتابه «المتلاعبون بالعقول» ، والذى عالج قضية «التضليل الإعلامى والوعى المعلب» كما ورد فى عنوانه ، يستخلص شيللر خمس أساطير أو خمس أكاذيب راسخة ، نهض عليها الإعلام القومى الأمريكى وهى : «أسطورة الفردية والاختيار الشخصى» ، و «أسطورة الحياد» ، و «أسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة» ، و «أسطورة غياب الصراع الاجتماعى» ، و «أسطورة التعددية الإعلامية» . وهى كلها أكاذيب أو خدع أو حيل تعتمد عليها الصحافة القومية فى تشكيل المضامين الفكرية التى تعالجها ، فى حين أن الصحافة الصفراء لاتدعيها ، بل تتصرف بصراحة ووضوح . فمثلاً عندما تتناول موضوع أو قصة مجرم هارب من العدالة ، فإنها تركز على الفردية والاختيار الشخصى كما تركز على الظروف والضغوط الاجتماعية التى أدت إلى بروز هذا المجرم على سطح المجتمع ، صحيح أنها تبحث عن التوابل وعوامل الإثارة فى كل من المجرم والمجتمع ، لكنها تسلط الأضواء الساطعة على كليهما ، مما يجعل الصورة أو القصة أكثر اكتمالاً .

كذلك تدعى الصحافة القومية الحياد والموضوعية فى كل ما تتناوله من قصص خبرية وموضوعات صحفية ، حتى تخفى الشواهد التى تثبت التضليل الإعلامى الذى تنجح مهمته عندما يشعر ضحاياه بأن الأشياء تبدو فى الصحيفة أو على الشاشة كما هى عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية ، لأن هذا التضليل يقتضى واقعًا زائفًا يتمثل فى الإنكار الدائم لوجوده أصلاً . وعلى ذلك فلابد من أن يؤمن الشعب الذى يجرى تضليله بحياد مؤسساته الاجتماعية والسياسية ، وعلى الصحافة القومية أن تؤكد هذا الحياد الذى يدعى أن الحكومة والإعلام والتعليم والعلم بعيدة جميعًا عن صراعات المصالح الاجتماعية والطبقية ، بحيث تظل الحكومة ، والحكومة القومية بوجه خاص ، بصفتها ركيزة أسطورة الحياد . فهذه الأسطورة تفترض مسبقًا الاقتناع الكامل بموضوعية الحكومة وعدم تحزبها بصفة عامة ، كما تتمثل فى أجهزتها : الكونجرس ، والنظام القضائى ، والرئاسة . وكل جهاز من هذه الأجهزة ذات مصونة لا تمس ، لأنه محصن ضد الأخطاء . أما وقائع الفساد والغش والاحتيال - عند حدوثها من وقت لآخر - فتعتبر نتيجة مترتبة على الضعف الإنسانى الفردى . وتواصل أجهزة الإعلام تأكيدها على سلامة وصحة النظام فى مجمله من خلال الآليات المصممة فى اتقان واضح ، والتى تشمل النظام برمته .

أما الصحافة الصفراء فلا تدعى مثل هذا الحياد ، بل ترى أن نجاحها التجارى يرجع إلى انحيازها إلى الجانب الذى يحب معظم القراء أن ينحازوا إليه ، وبذلك تتحول اللعبة الصحفية إلى ما يشبه مباراة كرة القدم مثلاً ، فليس هناك مشاهد يتابعها فى الملعب أو حتى على شاشة التليفزيون ، وهو ملتزم بالحياد بين الفريقين ، لأنه سيفقد الكثير من عوامل الإثارة والمتعة وغير ذلك من الانفعالات التى تخلصه من الملل والرتابة في حياته . والقارئ فى نظر خبراء الصحافة الصفراء هو مشاهد أو متفرج لابد أن يمارس متعة التحيز وترقب النتيجة النهائية للمباراة ، ومن هنا كان

انتماؤه لصحيفته المفضلة مثل انتماء المتفرج لناديه الأثير . أما الحياد الذى تدعيه الصحافة القومية فهو بمثابة الماء البارد الذى يصب على الانفعالات المتوهجة للقارئ فيصيبه بالإحباط . والصحافة القومية ليست بهذا الغباء حتى تفقد قراءها . فهى تدعى الحياد والموضوعية لزوم الحفاظ على أقنعة الوقار والرزانة واحترام عقل القارئ ومشاعره ، لكن سلوكها العملى ينبىء بغير ذلك تمامًا . وهذا أمر ليس خافيًا على أحد إذ يعترف به أعلام الصحافة القومية الذين لا يخجلون من إعلان أسرار مهنتهم التى أدت إلى نجاح صحفهم ومجلاتهم ورسوخها الذي منحها صفة القومية . وقد أوضح و . أ . سوانبرج فى كتابه «لوس وإمبراطوريته» الصادر عام ١٩٧٢، اعتراف هنرى لوس مؤسس ، مجلات «تايم» و «لايف» و «فورتشن» و «سبورتس» و «وتسراتيد» وعدد آخر من المجلات الواسعة الانتشار والقومية بمعنى الكلمة ، بأكذوبة أسطورة الحياد الصحفى أو الإعلامى . فهو يخبر هيئة محررى مجلة «تايم» بمقولة حاسمة تعرى كل مظاهر الزيف والادعاء والكذب والخداع التى تخفيها أقنعة الحياد والموضوعية والمصداقية التى تحرص عليها الصحافة المعروفة بالقومية ، فيقول :

«إن الموضوعية الصحفية المزعومة ، أى الزعم بأن الكاتب الصحفى يقدم الحقائق كما هى دون اخضاعها لحكم قيمى ، هى عادة حديثة العهد ، وهي شىء زائف تمامًا . وهو ما يجب علىّ أن أستنكره وأن أشجبه . وبالتالى فعندما نقول فلتذهب الموضوعية إلى الجحيم فإننا نقصد هذا المعنى» .

وهى المقولة الصريحة التى يؤكدها هربرت شيللر عندما يعرى بدوره أكذوبة الحياد الذى تتسم به أجهزة الإعلام القومية . وإذا كانت الصحافة القومية تعترف بأن العديد من التحقيقات الصحفية لا يتوخى الإنصاف والموضوعية ، إلا أنها تصر على أنها نتيجة للخطأ الإنسانى ، وبالتالى لا يمكن تفسيرها على أنها عيوب وسلبيات جوهرية فى نظم نشر المعلومات السليمة بصفة أساسية . أما حقيقة أن

وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ، هي جميعًا وبلا استثناء مشروعات تجارية ، تتلقى دخولها من الاستغلال التجارى لمساحتها الزمنية ، أو المكانية لمصلحة الإعلانات ، فهى حقيقة لاتثير أية مشكلة لهؤلاء الذين يدافعون عن موضوعية ومصداقية ونزاهة الهيئات العاملة فى مجال الإعلام .

أما بالنسبة لأسطورة الطبيعة الإنسانية الثابتة التى يعتبرها شيللر الركيزة الثالثة فى منظومة التضليل الإعلامى والوعى المعلب ، والتى تتغنى بها الصحافة القومية ، فلا تستطيع أن تصمد أمام أى تحليل علمى جاد . بل إن الأساليب المثيرة التى تتبعها الصحافة الصفراء أقرب إلى المصداقية العلمية ، لأنها ترى أن الطبيعة الإنسانية لا تكف عن التقلب والتغير من النقيض إلى النقيض . وهذا التقلب فى حد ذاته يمنح الصحافة فرصة التجدد والابتكار وغير ذلك من العوامل التى تطرد أحاسيس الملل والرتابة التى تجعل القارئ يلقى بالصحيفة جانبًا . ولكن إذا كان فى الطبيعة البشرية ما يعتبر من الثوابت التى لا تفقد قدرتها على إثارة القارئ ، فلا مانع عند الصحف الصفراء أن تستغل هذا الجانب الثابت لأن هدفها هو الإثارة الصحفية أولاً وأخيرًا .

ونظرًا للسيطرة الكاملة التى يمارسها النظام الرأسمالى الأمريكى على الصحافة القومية وغير القومية ، فإنها تؤكد دائمًا أن الأخطاء بل والجرائم التى ترتكب فى المجتمع الأمريكى هى نتيجة لدوافع فردية وشخصية وليست مترتبة على ظروف وضغوط اجتماعية ، بدليل أن الظروف التى يمكن أن تقع عند اثنين من المواطنين هى واحدة ، لكن أحدهما يترك العنان للطاقة العدوانية داخله فيرتكب جريمة ، فى حين يكبتها الآخر داخله أو يقوم باعلائها وتحويلها إلى طاقة إيجابية مثمرة . ويؤكد شيللر أن الاقتصاد المبنى على الملكية الخاصة والحيازة الفردية ، والمعرض دائمًا للصراعات الشخصية والاجتماعية التى تفرضها هذه الأوضاع ،

لابد أن يسعده هذا التفسير الذى يضفى المشروعية على مبادئه الأساسية المؤثرة فى الواقع ، ويرسخ جذوره فى أعماق هذا الواقع على أساس أن هذه العلاقة القائمة على الصراع ، كامنة فى الطبيعة الإنسانية ، وجزء عضوى منها وليست مفروضة نتيجة لظرف اجتماعى . ولذلك تحفل الصحف الأمريكية بمقالات علمية تركز على القياس الصارم للسلوكيات الصغيرة فى كل انحرافاتها الأخلاقية ، فى حين تتجاهل فى أغلب الأحايين المتغيرات الاجتماعية الأكثر عمومية ، واتساعًا ، والأقل قابلية للقياس الاحصائى الدقيق . ومن هنا كان العنف الفردى والشخصى مادة دائمة فى وسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئى . يقول شيللر :

«يبرر المسيطرون على وسائل الإعلام ، على سبيل المثال ، ما تحفل به برامج التليفزيون من جرائم قتل لا تقل يوميًا عن نصف دستة ، بقولهم إنهم يحاولون بذلك أن يقدموا للناس ما يحبونه ، ثم يخبروننا ، وهم يهزون أكتافهم بلا مبالاة ، أن الطبيعة الإنسانية تتطلب – للأسف الشديد – ثمانى عشرة ساعة يوميًا من الإيذاء والقتل .

«إن كتابات المؤلفين الذين يفسرون النزوع الإنسانى للعدوان والنهب برده إلى السلوك الحيوانى تلقى سوقًا شديدة الرواج . حسنًا .. ولم لا ؟ إن المرء لا يستطيع أن يتجنب أن يصادف يوميًا ، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، سلوكًا لا يمت بفظاعته للإنسانية بصلة . فكيف يفسر حلالو عقد اقتصاد السوق هذه الثقوب الواضحة فى النسيج الاجتماعى ؟ الواقع أن المتحكمين فى الوعى ليسوا فى حاجة أن يصوغوا بشكل مقصود ، تفسيرات تؤدى إلى تبلد الإدراك وتخفيف الضغوط المطالبة بالتغيير الاجتماعى . فالصناعة الثقافية ، التى يقوم نشاطها على المبادىء التنافسية التقليدية ، توفر من جانبها أى عدد من النظريات المفسرة .

وتتكفل أجهزة الإعلام بإمكاناتها الآلية الهائلة بأن يحصل الشعب على «فرصة» قراءة ، وسماع ، ومشاهدة كل ما يتعلق بأحدث نظرية تربط الجريمة المدنية بسلوك التزاوج عند الحيوانات آكلة اللحوم» .

ويستشهد شيللر بمجلة «فورتشن» ، وهى إحدى المجلات الواسعة الانتشار التى أسسها هنرى لوس مع غيرها من مجلات «تايم» و «لايف» ، والذى أكد أن الموضوعية الصحفية شىء زائف تمامًا ، يستشهد بإعرابها عن سعادتها بأن بعض العلماء الأمريكيين أكدوا أكثر من مرة على «عدم قابلية الطبيعة الإنسانية للتغير» عند تفسيرهم للظواهر الاجتماعية . فقد جاء فى مقال بها فى عدد أكتوبر ١٩٧٢ بعنوان «تقهقر المهندسين الاجتماعيين تحت وابل النيران» أن «النظرة التقليدية للبيئة ، بصفتها المؤثر ذا الأهمية المحورية فى سلوك الناس ، ينتج عنها فى الوقت الحاضر إدراك جديد لدور العوامل الوراثية . كما يفسح الحماس لوضع خطط جديدة من أجل إصلاح المجتمع ، من خلال إعادة تشكيل البنية الوراثية للإنسان ، المجال أمام الفهم الصحيح لاستعصاء الطبيعة الإنسانية على التغير» .

وبذلك تتجاهل الصحافة الأمريكية البدهية التى تقول إن الإنسان هو ابن بيئته ونتاجها الطبيعى . لكن كتابها من الذكاء بل والدهاء عندما لا يتجاهلون التاريخ ، إذ إنهم يحرصون على الاستمرار فى سرد أحداث الماضى مع التأكيد على التغييرات أو التغيرات الضخمة التى لا تخفى عن أى عين ، لكنها على اختلافها تظل تغيرات فيزيائية أو مادية : وسائل نقل جديدة ، اتصالات إلكترونية ، صواريخ فضاء ، أطعمة معلبة مثل الأفكار المعلبة .. الخ . ويسهب سائسو العقول فى الحديث عن هذه المسائل المادية ، فى الوقت الذى يتحاشون فيه التعرض للتغيرات الطارئة على العلاقات الاجتماعية ، أو على البنى المؤسساتية التى تشكل الدعامة الأساسية للاقتصاد ، بحيث تبقى العلاقات الأساسية دون أى تغيير يذكر .

ويقوم شيللر بتوليد الأسطورة أو الأكذوبة الرابعة المتمثلة فى غياب الصراع الاجتماعى من الأكذوبة السابقة التى تدور حول الطبيعة الإنسانية الثابتة . فالصراع ، كما تصوره الصحافة القومية وغيرها من أجهزة ومؤسسات صنع الأفكار والتوجهات العامة ، هو فى الأساس مسألة فردية ، سواء فى جذوره أو فروعه . ذلك أن الأغلبية الساحقة من المفكرين وكتاب الصحف يركزون فى دراساتهم ومقالاتهم على الغياب الكامل للجذور الاجتماعية للصراع . ولترسيخ هذا التغييب كى يبدو غيابًا طبيعيًا ولا جدال فيه ، تجاهلت الصحافة القومية والأعمال الفنية ، مجتمعات السود ، والسمر ، والحمر ، والصفر والأقليات العرقية الأخرى ، تجاهلاً شبه تام ، برغم أن الأغلبية البيضاء مارست أسوأ أساليب الاستغلال بل والقمع والقهر على هذه الأقليات . صحيح أن الاستغلال كان بدرجات متفاوتة طبقًا لطيبة الأبيض أو جبروته ، لكنه فى النهاية سلوك مضاد لأبسط حقوق الإنسان . لكن الطريف أن بعض الصحف الصفراء التى تلهث وراء الإثارة والتشويق فى كل صورهما ، أفردت صفحاتها لأية قصة مثيرة أو حادثة مفجعة يكون بطلها من السود أو الملونين أو الحمر أو الصفر . أما إذا ألقت الصحافة القومية والأعمال الفنية الأضواء على العلاقات بين البيض والأقليات الأخرى ، فإنها تظهرهم جميعًا «سمنًا على عسل» . وفى هذا يقول شيللر :

«لا يمثل الإحجام عن الاعتراف بالموقع الأعمق للصراع فى النظام الاجتماعى ، وعن محاولة تفسيره ، لا يمثل تطورًا حديثًا فى ممارسات أجهزة الإعلام والثقافة ، بل هو نهج متفق عليه ومعمول به منذ البداية . فأنت لا تصادف إلا نادرًا ، وسط هذه المادة الهائلة السارية فى دائرة الإعلام القومية ، إبداعًا ثقافيًا حقيقيًا يعترف بهذا الواقع . إن تفاهة وسطحية معظم البرامج ، وخاصة ما يتعلق منها بتغطية الأحداث الاجتماعية الجارية ، تعودان أساسًا إلى قصور وسائل الإعلام المعتاد عن التسليم بوجود الصراع الاجتماعى ، وعن تحديد طبيعة أسس هذا الصراع . وليس

الأمر خطأ غير مقصود ، أو افتقارًا إلى الكفاءة الإبداعية ، بل هو نتيجة مترتبة على سياسة متعمدة يقبلها معظم المسيطرين على أمور الثقافة دون تحفظ .

«إن سيطرة النخبة تقتضى تجاهل ، أو تحريف الواقع الاجتماعى . فالدراسة المخلصة ، والمناقشة الجادة للصراع الاجتماعى لن تؤديا إلا إلى تعميق وتكثيف مقاومة الظلم الاجتماعى . وتصاب المجموعات والشركات ذات النفوذ الاقتصادى القوى بتوتر بالغ وفورى ، إذا ماتم لفت الأنظار للممارسات الاستغلالية التى يشاركون فيها» .

ولا يعنى هذا سوى أن الصحافة القومية تقوم بدور ريادى فى نشر الغيبوبة الفكرية بين مختلف قطاعات المجتمع الأمريكى ، فى حين تحرص هذه الصحافة على لصق هذه التهمة بالصحافة الصفراء التى لاتتردد عن اختراق هذه الغيبوبة إذا كانت عوامل إثارة وتشويق وجذب للقارئ الذى لابد أن يستمتع بالتوغل فى الدهاليز الملتوية والمعتمة لهذه الغيبوبة خلف المشاعل التى تحرص الصحف الصفراء أن تكون متوهجة بقدر الإمكان ، حتى لو كان توهجًا مفتعلاً . ويستشهد شيللر بقصة صحفية تدل على أن الغيبوبة أصبحت صنمًا مقدسًا ويجب على الجميع أن ينحنوا أمامه قبل أن يمضوا إلى حال سبيلهم .

يستشهد شيللر بوصف ليس براون ، محرر باب التليفزيون بمجلة «فارايتى» Variety ، بقصة تبلور مدى تحريف الواقع الاجتماعى ، والإصرار على تجاهل الممارسات الاستغلالية التى تمارسها الشركات والمؤسسات الاقتصادية الأخطبوطية التى تظهر أجهزة الإعلام القومية فى منتهى الضعف والهزال ، عندما يحدث بينهما أى نوع من المواجهة . فالصحافة الأمريكية تستطيع أن تواجه الرئيس الأمريكى نفسه بل وتتحداه لدرجة أنها تجبره على الاستقالة كما حدث فى قضية ووترجيت التى أطاحت بالرئيس نيكسون إلى خارج البيت الأبيض . لكن هذه

الصحافة نفسها التى تبدو فى منتهى القوة والجبروت ، لا تستطيع أن تنتقد الشركات والمؤسسات الاقتصادية العملاقة من قريب أو بعيد ، وإلا اكتسحتها فى طريق زحفها لأن فى إمكانها أن تسد الشرايين التى تمدها بالحياة ، ولذلك سرعان ما تتراجع أجهزة الإعلام إذا ما اشتمت رائحة بوادر لأدخنة غضب صادرة عنها . يكفى أن تمنع عنها إعلاناتها التى تمدها بميزانيات أضخم من تلك التى تعود عليها من التوزيع .

أما القصة التى يرويها ليس براون فتدور حول احتجاج شركة «كوكاكولا للأغذية» ، و «اتحاد فلوريدا للفاكهة والخضراوات» بشدة على إذاعة الفيلم التليفزيونى «المهاجر» ، الذى ركز على المهاجرين العاملين فى جنى الفاكهة فى فلوريدا . وكتب براون يقول :

«إن معجزة «المهاجر» هى أنه أمكن تصويره ، فقد أرسلت التحذيرات إلى شبكة N. B. C ، بعدم عرض الفيلم نظرًا لأنه «متحيز» . ثم طولبت الشبكة بحذف مشاهد عديدة ، وتم فى النهاية حذف مشهد واحد . وبعد عرض الفيلم حولت شركة كوكاكولا إعلاناتها التليفزيونية إلى شبكتى C B S و A B C» .

إن الفائز الحقيقى فى الولايات المتحدة هو الذى يتقن قواعد اللعبة التجارية، ويستطيع بلا أى تردد أو حرج أن يدوس فى طريقه أية شعارات أو قيم ، لأنه يدرك جيدًا أن أجهزة الإعلام نفسها أول من يتجاهل هذه الشعارات والقيم ، ولن تمسه من قريب أو بعيد طالما أن الأرضية التجارية والاقتصادية مشتركة بينهما . ومن هنا كانت ضرورة تجنب الكتابات أو البرامج المثيرة للجدل الفكرى والاجتماعى الذى لن يجدى فى النهاية ، ولن يفيد أحدًا ، حتى هؤلاء الذين أثير من أجلهم . وليست هناك وظيفة للصحافة وأجهزة الإعلام القومية سوى المزيد من ترسيخ الوضع الراهن . وهو وضع ليس طارئًا أو مفروضًا ، بل هو الوضع الذى ترسخ فى

جذور المجتمع الأمريكى منذ أن استعمر البيض القارة الأمريكية وكانت الصحف القومية منذ بداياتها المبكرة أيضًا ، أبواقًا دائمة ومدوية لهذه التوجهات والأهداف الاستعمارية للبيض . وعندما ظهرت الصحافة الصفراء فى السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر ، ساهمت فى صرف النظر عن القضايا الاجتماعية التى تمس كيان الأقليات والمهمشين فى الصميم ، وتنتهك حقوقهم بلا حياء . ذلك أن الإثارة والتسلية والتشويق هى فى مقدمة الأهداف التى تحرص عليها الصحافة الصفراء ، وليس من مهمتها أن تدافع عن المظلومين أو المضطهدين الذين لا يعتبرون سندًا اقتصاديًا أو تجاريًا لها ، سواء فى مجال الإعلانات أو التوزيع . فهم ضحايا الجهل والفقر والمرض والذل والضياع ، والخاسر هو من يضعهم فى اعتباره أو يدافع عنهم ، والرابح والناجح هو من يسير فى ركاب أساطين الرأسمالية . إن القيم المادية والفردية والبراجماتية التى نهض عليها المجتمع الأمريكى تؤكد شعارًا واحدًا يلتزم به كل من يعرف قواعد اللعبة التجارية وهو : «أنا ومن بعدى الطوفان».

وعند ظهور السينما ثم الراديو ومن بعده التليفزيون ، ترسخت وذاعت وانتشرت القيم والشعارات التى رفعتها الصحافة الأمريكية من قبل ، وأصبحت جزءًا لا يتجزأ من الفكر الأمريكى والشخصية الأمريكية . فالحرية هى حرية المؤسسات الاقتصادية ، أما الفرد الذى يعمل فيها فليست له أية حرية على الإطلاق ، بل يمكن أن تسحقه أو تلقى به إلى الطريق فى أى وقت ، فى حين تتغنى الصحف وأجهزة الإعلام بحقوق الإنسان ، ويتألق الكتاب والصحفيون والفنانون الذين يتجنبون تبنى أى شكل من أشكال الصراع الاجتماعى وغير ذلك من الكتابات وألوان الإنتاج الثقافى والفنى التى تثير القلق ، ذلك أن دعم المؤسسات الاقتصادية لهذه الصحف والأجهزة ، يتدفق فى قنوات التسلية الجماهيرية والإثارة الإعلامية العابرة من خلال القصص الخبرية الصحفية ، والمقالات ، والكتب ، والبرامج التليفزيونية ، والأفلام السينمائية ، التى قد تشير إشارات عابرة وسريعة

إلى بعض القضايا الاجتماعية التى تتناقلها الألسنة فى الأحاديث اليومية ، لكنها تستعيض عن التحليل العميق والدراسة الموضوعية للأسباب التى أدت إلى بروز هذه القضايا على سطح المجتمع ، بكم كبير من الضجيج الإعلامى المفتعل والمثير والجذاب لصرف النظر عن هذه القضايا . وبهذا تنافس الصحف وأجهزة الإعلام القومية ، الصحف الصفراء فى مجالات الإثارة والتشويق والتسلية والجذب ، لإلهاء المتلقين وصرفهم عن أى نقاش أو جدل جاد حول مشكلات أو معضلات عنصرية واقتصادية وطبقية معلقة ومعماة منذ بدايات الاستعمار الأبيض للقارة . لكن الصحافة الصفراء تبدو أكثر وضوحًا وصراحة لأنها لا تتظاهر بأنها تهتم بحقوق الإنسان وقضايا الحرية والديمقراطية ، لأن مهمتها الأساسية تتمثل فى توظيف كل وسائل الإثارة والتسلية والجذب التجارى من أجل المزيد من التوزيع والإعلانات . فهى لا تدعى أن لها رسالة مقدسة يجب أن تنهض بها ، وإنما هناك تجارة ناجحة ومزدهرة يجب أن تحققها وتدعمها وترسخها .

أما الأسطورة الخامسة والأخيرة التى يركز عليها هربرت شيللر كقاعدة من قواعد التضليل الإعلامى والوعى المعلب ، فهى أسطورة أو أكذوبة التعددية الإعلامية التى تتغلغل فى أعماق أغلبية كبيرة من الأمريكيين ، مما يجعلهم سريعى التأثر بالتضليل الإعلامى الشامل . يقول شيللر :

«إنها إحدى الأساطير المركزية التى يقوم عليها ازدهار نشاط «توجيه العقول» . ورغم أن حريتى الاختيار والتنوع تمثلان مفهومين مستقلين ، فإنهما لا تنفصلان فى الواقع . فحرية الاختيار لا تتوافر بأى معنى من المعانى دون التنوع . فإذا لم توجد خيارات واقعية ، فإن عملية الاختيار إما أن تصبح بلا معنى وإما أن تصبح منطوية على التضليل ، ويصبح احتمال انطوائها على التضليل واقعًا فعليًا عندما يصاحبها الوهم بأن الاختيار ذو معنى . وعلى رغم أنه لا يمكن التحقق من حرية هذا

الاختيار ، فإن الفرق يتمثل هنا فى أن وهم حرية الاختيار ، فيما يتعلق بالإعلام ، أكثر انتشارًا فى الولايات المتحدة من أى مكان آخر فى العالم . ويتعزز هذا الوهم من خلال الميل - الذى يعمد المسيطرون على الإعلام إلى المحافظة على استمراره - إلى الخلط بين وفرة الكم الإعلامى وبين تنوع المضمون .

«وحقيقة الأمر أنه باستثناء قطاع صغير جدًا من السكان يحسن الانتقاء ، ويعرف ما الذى يشاهده ، ويستطيع بالتالى أن يستفيد من التدفق الإعلامى الهائل ، فإن معظم الأمريكيين محصورون أساسًا ، وإن لم يعوا ذلك ، داخل نطاق مرسوم من الإعلام لا اختيار فيه ... فتنوع الآراء فيما يتعلق بالأخبار الخارجية والداخلية ، أو بالنسبة لشئون المجتمعات المحلية ، لا وجود له فى المادة الإعلامية . وهو ما ينتج أساسًا من التطابق الكامن للمصالح ، المادية والأيديولوجية ، لأصحاب الملكية (فى هذه الحالة من يملكون وسائل الاتصال ملكية خاصة) ، ومن الطابع الاحتكارى لصناعة وسائل الاتصال بوجه عام . إن الآثار المقيدة للاحتكار ليست فى حاجة إلى التفسير ، كذلك تحدى احتكارات وسائل الاتصال من إمكان الاختيار فيما يتعلق بالمادة الإعلامية أينما تعمل . فهى تقدم رؤية واحدة للواقع ، هى رؤيتها الخاصة . ويندرج تحت هذه الفئة معظم الصحف ، والمجلات ، والأفلام التى تنتجها مجموعة الشركات الكبرى المالكة لوسائل الاتصال ، سواء على مستوى الولايات والمدن ، أو على المستوى القومى . ولقد تضاءل عدد المدن الأمريكية التى تتداول فيها صحف متنافسة إلى حفنة ضئيلة» .

ويؤكد شيللر على أنه كلما ازداد عدد مصادر الاتصال ، ازداد بطبيعة الحال رصيد التوجهات والمثيرات الإعلامية ، لكنه فى حالة الصحافة وأجهزة الإعلام القومية الأمريكية ، فإن النتيجة واحدة فى النهاية . ذلك أن المادة الترفيهية ، والأخبار ، والمعلومات العامة ، والتوجهات ، والأفكار التى يجرى انتقاؤها جميعًا من الإطار المرجعى الإعلامى نفسه من جانب حراس للبوابة الإعلامية ، تحركهم

دواع تجارية لا يمكن التخلى عنها . وقد يختلف الأسلوب والتعبير المجازى ، لكن الجوهر واحد . وهو الاختلاف الظاهرى الذى يبدو بين الصحافة القومية والصحافة الصفراء فى حين أن الجوهر واحد . ذلك أن الصحافة الصفراء ليست نبتة غريبة أو دخيلة على التربة الثقافية الأمريكية ، بل هى وليدة الروح الفردية والتجارية والبراجماتية التى تشكل المحرك الأساسى للشخصية الأمريكية ، وجذورها كامنة فى بعض التوجهات الأولى فى الصحف المبكرة منذ القرن الثامن عشر ، لكن مع تبلور ملامحها المغرية فى زيادة التوزيع وجلب الإعلانات ، كان جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست أول من وظفها كنوع متميز من صحافة جديدة سميت بالصفراء نسبة لكاريكارتير «الصبى أو الفتى الأصفر» ، تلك الشخصية التى ابتكرها أوتكولت . وكان هذا بمثابة قوة دفع أو نقطة انطلاق جديدة للصحافة التجارية التى وضعت الربح كهدف استراتيجى لا يمكن أن تحيد عنه . ومع ظهور السينما ثم الراديو والتليفزيون ، كان من الطبيعى أن تتبنى هذه الأجهزة نفس توجهات الصحافة الصفراء ، لأن أحدًا لن يهرع إلى مساعدة أو مساندة أية شركة إنتاج سينمائى ، أو شبكة إذاعية مسموعة أو مرئية ، تصيبها خسارة تعجز عن تجاوزها . ولن يحاسبها أحد إذا اتبعت هذه التوجهات التجارية بل سيمتدحها الجميع عندما يجدونها تسرى فى المشاعر والعقول مثل سريان النار فى الهشيم .

وليس هناك ما يحير أجهزة الإعلام فى البحث عن مضمون فكرى لكل منها على حدة ، لأن المضمون عام وجاهز مسبقًا ، إذ إن التعددية الإعلامية لا تعنى التنوع الثقافى والفكرى . فهى تعددية صحف ومجلات وشركات سينمائية وشبكات تليفزيونية فقط وليست تعددية اتجاهات ومناهج وفلسفات ورؤى وفلسفات قد تكون متناقضة فيما بينها . فهى كلها تعزف نفس السيمفونية وإن كان عزفًا بتنويعات متنوعة ، وإيقاعات مختلفة . وفى هذا يقول شيللر :

«إن شرط التعددية الاتصالية هذا ، والخالى تمامًا من أى تنوع حقيقى ، هو الذى يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعى . فالفيض الإعلامى المتدفق عبر العديد من القنوات يضفى الثقة والمصداقية على فكرة الاختيار الإعلامى الحر ، فى الوقت الذى يتمثل فيه تأثيره الأساسى فى توفير الدعم المستمر للوضع القائم . كذلك تحيط مثيرات مشابهة - مصدرها ذلك التنوع الظاهرى للمصادر - بالمستمع ، والمشاهد ، والقارئ بجو من الأفكار والصور يتبدى عادة كما لو كان تلقائيًا ، وكما لو كان حرًا نسبيًا وطبيعيًا تمامًا . وكيف يمكن أن يختلف الوضع مع هذه الوفرة الهائلة من البرامج وأجهزة الإرسال ؟ إن استهداف الربح (الغرض الأساسى للتكتلات المالكة لوسائل الاتصال) ، وعلى رغم أنه يمثل حقيقة واقعة ومحددة نهائيًا ، يظل تجريدًا غير ملموس بالنسبة لمستهلكى الصور المختلفة للإنتاج الثقافى . ففى هذا الصدد هناك حقيقة واحدة مؤكدة ، هى أن أجهزة الإعلام لا تلفت جمهورها لوجودها أو لأسلوب عملها» .

وهذا هو منهج الصحافة الصفراء التى تحيط القارئ بكل حيل الإثارة وألاعيب الخدع وتوابل التشويق بحيث لا تلفت أنظار قرائها لوجودها أو لأسلوب عملها . فلا تصبح المصداقية أو الحياد أو الموضوعية من القضايا الملحة على أذهانهم ، فهى أمور جدية بل وكئيبة ومسببة للصداع فى حين أنهم يقبلون على الصحف هربًا من واقعهم الثقيل على القلب . ولا يهمهم أيضًا قضية حرية الصحافة فى تعبيرها عن وجهات نظر متعددة ، طالما أن قواعد اللعبة متقنة ومثيرة وممتعة . وهو ما لمسه جورج جيربتر فى مقالة له بعنوان «الاتصال والبيئة الاجتماعية» فى مجلة «سانيتيفيك أمريكان» ، فى سبتمبر ١٩٧٢ ، والتى قال فيها بوضوح : «السؤال الحقيقى لا يتمثل فيما إذا كانت أدوات الاتصال الجماهيرى حرة أم لا ، وإنما يتمثل فى كيف ، ولأى هدف ، وعن طريق من ، وبأى نتائج تتم ممارسة عمليات التوجيه والسيطرة التى لا محيد عنها» .

إنها الفلسفة البراجماتية النفعية العملية التى تحكم المجتمع الأمريكى بصفة عامة والصحافة القومية وأجهزة الإعلام بصفة خاصة . وهى عودة إلى الفكر السياسى الذى أبرزه وبلوره نيكولو ماكيافيللى فى كتابه «الأمير» فى القرن السادس عشر ، والذى اشتهر بمبدأ «الغاية تبرر الوسيلة» . لكن ماكيافيللى الذى اتهموه بالانتهازية والأخلاق السياسية الفاسدة ، كان أكثر مصداقية وموضوعية من الإعلام الأمريكى المعاصر ، لأنه اشترط أن تكون الغاية سامية ورفيعة ولصالح الوطن ، وليست مخادعة ومراوغة وخبيثة بهدف التوجيه والسيطرة على العقول بحيث تسرى روح القطيع فى الجماهير ، ويصبح غسيل المخ الجمعى ممارسة مستمرة دون أن يدرك أحد آلياتها وأهدافها العاجلة والآجلة . ولذلك يُسمح فى كثير من الأحايين باستخدام التكرار ، والتوكيد فى كل وسائل الإعلام بصورة غريبة ، ومشوبه بالغموض ، حتى يترسخ فى الوجدان الجمعى للمواطنين إطار مرجعى موثوق به ، ويجرى تنظيمه وتطويره لصياغة عقولهم وسلوكهم سواء بوعى منهم أو بدون وعى . ويختم شيللر تحليله العميق لأكاذيب التضليل الإعلامى والوعى المعلب بقوله :

«لا ريب فى أن «الإطار المرجعى» لم يكن لينطوى على هذا القدر من التأثير ، لو أن وسائل الإعلام كانت قائمة بالفعل على التعددية ، التى تزعم اتصافها بها ، ولو أن توجهاتها كانت متنوعة فعلاً . لكن مع التوكيد المتعدد المصادر (من الوجهة الإعلامية) والمتحقق من خلال وسائل إعلامية عديدة تختلف كل منها عن الأخرى فى الشكل فقط ، يجرى تعليب وعى معظم الناس بصورة محكمة منذ الطفولة» .

وهذا التحليل العلمى الموضوعى الذى يقدمه هربرت شيللر بصفته أستاذ مادة «وسائل الاتصال» فى جامعات : كاليفورنيا ، وإلينوى ، وأمستردام وغيرها ،

يذكرنا بنفس الحيل والخدع التى تمارسها الصحافة الصفراء التى كثيرًا ما تتهم بالسطحية والسذاجة والتفاهة والاستهانة بعقول القراء ، برغم أنها لا تدعى الموضوعية والمصداقية والحياد كما تدعيها الصحافة القومية سواء أكانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية . ذلك أن الصحافة الصفراء لم يكن يهمها أبدًا عمليات التضليل الإعلامى والوعى المعلب التى تضعها الصحافة القومية وأجهزة الإعلام نصب أعينها ، لأنها تمارس اللعب الصريح مع قرائها ، ولا تمارس اللعب الخبيث عليهم كما تفعل الصحف القومية التى تستخدم الأكاذيب والأساطير من أجل هدف محدد هو السيطرة على الشعب . وعندما يتم ادخالها على نحو غير محسوس فى الوعى الشعبى من خلال أجهزة الثقافة والإعلام ، تتضاعف قوة تأثيرها لعدم وعى الأفراد بأنه قد تم تضليلهم .

ويضع شيللر يده على التقنيات أو الآليات التى تشكل الوعى ، ويبلورها فى عملية التجزيئية أو التناثرية أو التشظى ، وعملية فورية المتابعة الإعلامية ، وكلتاهما تؤديان إلى السلبية فى التلقى والاستيعاب ، والتى تشكل الهدف النهائى لتوجيه العقول وتعليب الوعى . فالتجزيئية مثلاً يتتبعها شيللر فى الصحف والراديو والتليفزيون عندما يشرح ما يدور :

«إن التجزيئية أو الحصر داخل بؤر ، هو الشكل العام السائد - والتوحيد فى الواقع - لعملية توزيع المعلومات والأخبار فى أمريكا الشمالية . فأخبار الراديو والتليفزيون تتسم بطابع التكرار الآلى (آلية طلقات المدفع) لموضوعات كثيرة لا رابط بينها . أما الصحف فهى حشد من الصفحات المحشوة بمواد يتم تدبيجها على نحو جزافى فى أغلب الأحيان ، أو تماشيًا مع القواعد الملغزة للصحافة . وتتعمد المجلات تقطيع المقالات ونقل معظم النص فى صفحات العدد الداخلية ، بحيث يتعين على القراء تقليب العديد من الصفحات الممتلئة بالمادة الإعلانية حتى يتابعوا القراءة .

كذلك يتم قطع برامج الإذاعة والتليفزيون بصفة مستمرة لإذاعة فقرات إعلانية . ولقد تغلغل الإعلان عميقًا فى الحياة الداخلية للمستمع والمشاهد الأمريكى حتى إن برامج الأطفال والتى يقال : إنها توضع خصيصًا لأهداف تربوية ، أصبحت تستخدم النمط الفنى للإعلان التليفزيونى السريع الإيقاع ، والمتقطع رغم عدم وجود شواهد قوية على أن فترات انتباه الأطفال تتميز بالقصر ، وأنهم فى حاجة إلى القطع المتواصل» .

هذا هو الدور الذى تنهض به الصحافة القومية : المقروءة والمسموعة والمرئية التى تدعى الجدية فى كل منطلقاتها ، فى حين أنها تحاول طمس تأثير أية مادة إعلامية وثقافية جادة بتقطيعها ونثرها بين فقرات إعلانية يمكن أن تكون أشد جذبًا للكبار والصغار من المادة الإعلامية الجادة ، فيقل اهتمام القارئ أو المستمع أو المشاهد بها حتى يتلاشى فى النهاية ، بحيث لا يتبقى فى ذهنه سوى المناظر الخلابة والمثيرة التى وردت فى الفقرات الإعلانية التى لا يمر عليها مر الكرام ، لأنها تحاصره من كل اتجاه ، وتذكره دائمًا بالسلع التى يجب عليه أن يضيفها إلى بيته ، أو تلك التى طال استعمالها وآن الأوان لتغييرها . وكذلك التخفيضات المغرية المستمرة أو المفاجئة التى يمكن أن تدفعه إلى خارج منزله إلى المجال التى تعلن عنها فى الحال ، لعله يفوز بسلعة أو أكثر قبل أن ينتهى التخفيض الكبير المفاجئ ، أو قبل أن تنفد السلعة إذا كانت فى تخفيض مستمر لمدة معينة . ذلك أن التخفيض المفاجئ يمكن أن يستمر لساعة أو ساعتين ، أما التخفيض المستمر فلمدة أسبوع أو أكثر .

ومع ضياع الجدية الثقافية والإعلامية التى تتغنى بها الصحافة القومية ، فإنها تتساوى تمامًا مع الصحافة الصفراء التى لاتدعيها ، وإنما تعتز بأساليبها الخفيفة والرشيقة والمثيرة والمسلية والممتعة التى تمنح القارىء راحة واستجمامًا لأعصابه المكدودة نتيجة للإيقاع اللاهث للحياة ، أو لحظات مثيرة ومشوقة يكسر بها حدة الملل أو الوحدة التى يعانى منها فى حياته اليومية . فهى لا تهتم كثيرًا بالقضايا

السياسية والاقتصادية والاجتماعية الجادة لدرجة الصرامة والكآبة ، وإنما توظفها إذا اشتمت فيها روائح الفضيحة أو الجريمة أو أى نوع من الانحراف الذى يحب القارئ أن يطلع علي خباياه وأسراره . كذلك فإن أسلوبها فى التنسيق والصياغة لا يلجأ إلى التجزيئية الحادة التى تحرص عليها الصحافة وأجهزة الإعلام القومية من خلال حاجة اقتصاد الاستهلاك لملء فراغات الاتصال بتوجهات تجارية فى طابعها . فالصحافة الصفراء توظف التجزيئية بهدف مضاعفة الإثارة والتشويق عند القارئ بالقصة الخبرية التى تعرضها ، وليس بهدف إضعاف اهتمامه بها كما تفعل الصحافة القومية . فمثلاً من العوامل التجزيئية التى تحرص عليها الصحافة الصفراء أن تأتى إلى نقطة غاية فى الإثارة والتشويق فى القصة الخبرية ، ثم يفاجأ القارئ بالجملة المعهودة : «البقية فى العدد القادم» ، لكنها لا تجعل أشلاء هذه القصة تتناثر بين ثنايا صفحاتها - كما تفعل الصحافة القومية - حتى لا تفسد عناصر الإثارة والتشويق عند القارئ عندما يجد نفسه مضطرًا إلى البحث عن أجزاء القصة كلما وقعت عينه على عبارة «البقية على صفحة كذا» .

ويدرك المسئولون فى الصحف القومية أن اللامبالاة الكاملة التى يتعامل بها الإعلان مع أى حدث سياسى ، أو اجتماعى (بإصراره على إقحام نفسه عنوة وبغض النظر عن طبيعة الموضوع) إلى اختزال جميع الظواهر الاجتماعية إلى مجرد حوادث غريبة لا معنى لها ، وهو ما يؤكده هربرت شيللر أكثر من مرة فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» :

«إن الإعلان ، فضلاً عن وظائفه المعروفة مسبقًا والمتمثلة فى بيع السلع واستثارة حاجات استهلاكية جديدة وتجميل النظام ، يوفر خدمة أخرى لا تقدر بثمن لاقتصاد المؤسسات الضخمة المتعددة الشركات . ذلك أن إقحامه فى كل قنوات الإعلام والأعمال الإبداعية يختزل قابلية الجمهور ، الواصلة أصلاً إلى حدها الأدنى، لاكتساب أى إحساس بالمعنى الكلى للحدث أو القضية أو الموضوع المطروح» .

وتبدو أخطر أنواع الخداع التى تمارسها الصحافة القومية بصفتها أخطر أدوات السيطرة فى يد النظام الحاكم ، فى قدرتها الفائقة على إخفاء الكيفية التى تمارس بها السيطرة . ويضرب شيللر أكثر من مثل فى هذا الشأن فيقول :

«فلننظر على سبيل المثال إلى الطريقة التى يتم بها توضيب أى برنامج تليفزيونى أو إذاعى عادى ، أو الصفحة الأولى لأى صحيفة يومية كبيرة . سنجد أن السمة المشتركة بينها جميعًا هى التباين الكامل للمادة ، والإنكار التام للترابط بين الظواهر الاجتماعية التى يتناولها الحديث ، أو التعليق . وتمثل برامج الحوار ، التى تتكاثر فى المحيط الإذاعى والتليفزيونى ، النموذج المثالى للتجزئ بوصفه شكلاً عامًا . فالإقحام العرضى لموضوع خلافى ، أو لشخصية مثيرة للجدل فى برنامج متعدد الفقرات ، يؤدى إلى تهدئة وتسطيح أى جدل يمكن أن يثار . وسرعان ما يتوارى كل ما قيل من آراء خلف ما يعرض بعد ذلك من إعلانات ، ونكات ، ودردشات ، أو أخبار اجتماعية خفيفة . لكن الأمر لا يقف عند هذا الحد ، فبرامج هذه طبيعتها يتم تمجيدها بوصفها شاهدًا على التسامح المطلق للنظام . وتتباهى وسائل الإعلام ، والمسيطرون عليها بانفتاح الجهاز الإعلامى الذى يسمح بإذاعة تلك المادة النقدية على الأمة . ويقبل جمهور المشاهدين بهذا الكلام ويقنع تمامًا بأنه يحصل على تدفق حر للآراء» .

هذا التشظى لعناصر المادة الإعلامية ، سلاح بتار فى القضاء على أى ترابط داخلى يبلور المنظومة الكلية لأية قضية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية ، وبالتالى تتحول إلى نقاط متناثرة ومتفرقة برغم ارتباطها بها ، أى مجرد معلومات قد يلتقط المتلقى بعضًا منها ، ويتساقط البعض الآخر منه ، وهو مالا يمكن أن يؤدى إلى فهم وادراك للقضية المطروحة أو حتى أجزاء منها ، بعد أن تكون مشاعره قد فترت ، وركن إلى اللامبالاة والسلبية . وهذا ما تقصده أجهزة الإعلام عن عمد ، برغم أنها

تبدو وكأنها تنفجر حماسًا للتدفق الحر للآراء حول أخطر القضايا وأشدها حساسية . وقد ساعدت التكنولوجيا الجديدة للاتصال فى هذا المجال القائمين على أجهزة الإعلام ، من خلال السرعة المتزايدة للتدفق الإعلامى غير المترابط الذى أدى إلى زيادة «الحمل الإعلامى» ، فى حين أنه لا زيادة فى المعلومات المجدية ذات المعنى . وبالتالى فإن هذا التسارع فى التدفق الإعلامى ، يملك قدرة تضاف إلى قدرة الإعلانات فى تعطيل قدرة المتلقى على التركيز ، وفى تحويل المادة الإعلامية التى تقطعها إلى مادة مبتذلة . كما لا يستطيع أحد أن يمنع التكنولوجيا الجديدة ذات الكفاءة العالية من نقل سيل جارف من المعلومات الخارجة عن الموضوع ، مما يدخل المتلقى فى متاهة لا حدود لها ، إذا ما حاول البحث عن المعنى المجدى .

ويتناول شيللر فورية المتابعة الإعلامية بصفتها عنصرًا مكملاً لعملية التجزئ أو التشظى ، وبصفتها ترسيخًا لقوة التضليل الإعلامى . وخاصة أن المادة الإعلامية بهذا الشكل تصبح عابرة وسريعة الزوال لأنها لا تقيم أية بنية فكرية أو ثقافية باقية أو ثابتة . ومن الواضح أن الصحافة القومية الأمريكية تحرص دائمًا على تسجيل الأحداث والتعليق عليها فور وقوعها بل وربما لحظة وقوعها ، وتعتبر هذه اللحظية من مفاخرها الإعلامية والتكنولوجية ، بل إنها تنظر إلى النظم الاجتماعية التى لا تقدم مثل هذا الإعلام الفورى أو اللحظى ، على أنها ليست متخلفة إعلاميًا فحسب ، بل ومتخلفة اجتماعيًا أيضًا . وذلك برغم أن سرعة الأداء ليست ميزة فى حد ذاتها . ففى الولايات المتحدة يحول النظام التنافسى أحداث الأخبار إلى سلع ، ويفوز من يسبق الآخرين فى الحصول على تلك السلعة التى تتلف بمجرد حصول أى طرف عليها وبيعها للمستهلك . وفى مدينة نيويورك ، على سبيل المثال ، تطرح الطبعة الثانية من الصحف قبل منتصف الليل بساعة ونصف الساعة . يقول شيللر :

«تتمثل أهمية صحف الغد فى أنها تحيل أخبار اليوم إلى بضاعة بائتة . وبعد التخلص من يومها ، تستأنف الحياة حركتها إلى مجموعة أخرى من الأحداث التى لا رابط بينها . على أن الأحداث ذات المغزى تحتاج لاستيعابها إلى فترة من الزمن - وليس مما يسهل فهم هذه التطورات أن تنقل الأقمار الصناعية رسائل الأخبار كل تسعين ثانية . فالانشغال التام باللحظة يدمر الروابط الضرورية بالماضى» .

والعيب ليس فى التطور التكنولوجى وإنما فى طريقة استخدامه ، فهو سلاح ذو حدين ، إذ يمكن أن يكون مفيدًا فى تنوير العقول ، وتثقيف النفوس ، وتهذيب المشاعر ، كما يمكن أن يكون مفسدًا فى التشويش على المعنى الجاد ، أو استئصاله فى حين يدعى القائمون على الصحافة القومية أن سرعة التطور التكنولوجى تعزز الفهم وتوسع مجال الاستنارة . ولذلك يوضح شيللر أن تكنولوجيا الاتصال ، باستخداماتها الحالية ، تروج لتوجهات بلا تاريخ ، وبالتالى فهى توجهات مضادة للمعرفة ، إذ لا يمكن إدراك أية دلالة من دلالات المعرفة إلا فى سياقها التاريخى وإطارها الزمنى . ففى وسط هذا المناخ الإعلامى المحموم الزاخر بالضغط والتوتر والإيقاع اللاهث ، تقع أزمات فعلية أو حتى مختلقة ، ويترتب عليها جو هيستيرى بعيد عن أى منطق عقلانى . ومع فورية متابعة واحدة من هذه الأزمات نتيجة للإحساس الزائف بالطابع الملح للأزمة ، يتواصل النفخ فى أهمية الموضوع لتضخيمه ، ومن ثم تصبح الخطوة التالية إفراغه من أية أهمية ، لزوم ضبط الإيقاع الذى لابد أن يمسك بخناق المتلقى الذى يفقد بالتالى القدرة على التمييز بين الدرجات المتباينة للأهمية ، وربما فقد الاهتمام بها تمامًا نتيجة للدوى الإعلامى الصاخب داخله ، ولتوقف عملية الفرز أو الاختيار العقلى التى تساعده عادة على بلورة المعنى ، ولتحول عقله إلى غربال تخترقه يوميًا عشرات التصريحات والإعلانات والآراء ، أقلها مهم ، وأكثرها لا أهمية له . ونظرًا لأن الإنسان بطبيعته له طاقات محدودة ، فإنه لا يستطيع التعامل المستمر مع أمواج الأحداث المتلاحقة

اللاهثة ، كآلية من آليات الدفاع عن النفس ، ومع الأيام تقل قدرته على الاستيعاب والحساسية تجاه ما يدور ، ويجد فى السلبية خير ملجأ له . وهى نفس الملجأ الذى تسعد به النظم الحاكمة ، مهما ادعت حماسها الجارف للديمقراطية والحرية وحرصها البالغ على حقوق الإنسان . فهذه السلبية توفر على هذه النظم كثيرًا من المتاعب والمشكلات الناتجة عن السلوكيات الإيجابية للمواطنين الذين يفكرون ويحللون ويدرسون ويتكلمون . يقول شيللر :

«إن السلبية تعزز وتؤكد الإبقاء على الوضع القائم . وتتغذى السلبية على ذاتها ، مدمرة القدرة على الفعل الاجتماعى الذى يمكن أن يغير الظروف التى تحد من الإنجاز الإنسانى ..... وفى اقتصاد السوق المتقدم ، تنطوى السلبية على بعد بدنى ، وبعد ثقافى أو فكرى ، يجرى استغلالهما ببراعة من خلال تقنية وتوجهات أجهزة السيطرة على العقول . وليس التليفزيون سوى الوسيلة الأحدث والأبعد تأثيرًا فى مجال إشاعة السلبية الفردية . والواقع أن الاحصائيات المتعلقة بمشاهدة التليفزيون تبعث على الذهول ، إذ يمضى الأمريكيون مئات الملايين من الساعات أسبوعيًا ، وبلايين الساعات سنويًا أمام أجهزة التليفزيون دون أدنى تفكير فى مبارحة غرفة النوم . على أن الأمر لا يقتصر على «التهميد» البدنى الواسع النطاق لعدد لا حصر له من ملايين الأجساد ، فتحجيم النشاط العقلى ، والذى يمثل المحصلة النهائية للعدد اللانهائى من ساعات الإرسال المملوءة ببرامج مبلّدة للعقول ، يفوق أى حساب أو تقدير . كذلك لا يمكن حصر أو قياس التأثير التسكينى الذى يتعرض له الوعى النقدى ، رغم الأهمية البالغة التى ينطوى عليها هذا التأثير» .

لكن شيللر يستدرك قائلاً بأنه لا يوجد شىء كامن فى التليفزيون ومن قبله السينما والراديو ، يؤدى بالضرورة إلى الخدر العقلى . وهناك بطبيعة الحال ، أمثلة

قليلة ومتفرقة لبرامج إذاعية وتليفزيونية عمقت الوعى ، وشدت الانتباه إلى قضايا عديدة بالغة الأهمية . لكن هذه الاستثناءات لا تحجب القضية الأساسية ، وهى أن الهدف الأساسى لبرامج التليفزيون والراديو والأفلام السينمائية فى مجتمع تجارى ليس إثارة الاهتمام بالحقائق الاجتماعية والاقتصادية بل تحجيم هذا الاهتمام وتخفيف حدته . وعلاوة على ذلك فإنه سرعان ما تتخذ الإجراءات الفعالة لتأكيد أن الاستثناءات ليست أكثر من مجرد استثناءات .

أليست هذه هى الأساليب والوسائل التى تتبعها الصحافة الصفراء دون أن ترفع شعارات الجدية والموضوعية والحياد والتنوير والتثقيف وغير ذلك من الشعارات التى تدعيها الصحافة القومية وأجهزة الإعلام العملاقة التى لا تتوقف عن غسيل مخ الجماهير ليل نهار ؟! إن الولايات المتحدة التى أنجبت الصحافة الصفراء ، جعلت منها مدرسة صحفية متدفقة بروافدها وتياراتها فى قنوات الصحافة القومية وأجهزة الإعلام التى تعتبر رسمية ، لأنها أثبتت كفاءتها الفائقة فى تسيير دفة الأمور دون مقاومة من أية تجمعات شعبية أو عنصرية . وليس هناك نظام للحكم يكره أن يمسك بمقاليد الأمور فى سلاسة ومرونة . بل إن هناك من التجمعات الشعبية ما يعتبر الصحافة الصفراء لسان حالها عندما تكشف أو تسخر من بعض مظاهر البؤس أو الفاقة والإحباط والتهميش التى تعانى منها . فقد كانت بدايتها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر مع الشخصية الكاريكاتيرية التى ابتكرها الفنان الأمريكى أوتكولت ، ومنحها اسم «الصبى أو الفتى الأصفر» الذى تنقل بجلبابه الواسع بين تجمعات وأحياء نيويورك الفقيرة فى مغامرات ساخرة من الأوضاع الاجتماعية المقلوبة على رأس البؤساء والمضطهدين والمطحونين . واستمدت الصحافة الصفراء اسمها أو صفتها منه ، وحافظت بدورها على تقاليد المعالجات الساخرة والتهكمية واللاذعة التى يهواها القراء على اختلاف مشاربهم.

كذلك فإن من أسباب انتشار الصحافة الصفراء وشعبيتها ، أنها صحافة متواضعة ، تعيش بين الناس ، تأخذ منهم وتعطيهم فى علاقات متبادلة من التأثير والتأثر . ولا تقف منهم موقف المعلم الجاد وأحيانًا الصارم عندما يعلمهم كيفية التفرقة بين الخطأ والصواب ، وهو الموقف الذى يميز كثيرًا من الصحف القومية ، خاصة العريقة منها . ولذلك ينتاب القراء - سواء على مستوى الشعور أو اللاشعور - أن الصحف القومية تنظر إليهم من عل فى جو من المهابة والوقار ، فى حين أن هذا الجو يمكن أن يتلاشى فى لحظة إذا اكتشفوا أنها تلجأ إلى حيل الصحافة الصفراء وألاعيبها وخدعها بل وأكاذيبها ، كلما وجدت فيها وسيلة مؤثرة فى القراء . ومن هنا كانت العلاقة الدافئة بل والحميمة التى تربط الصحيفة الصفراء بقارئها برغم علمه بقواعد اللعبة التى تمارسها دون مواربة ، في حين تبدو علاقة الصحيفة القومية بقارئها علاقة روتينية مستمرة بحكم العادة وليس بحكم التواصل الحميم . ومع عدم وفرة الدراسات السيكلوجية التى تناولت العلاقة بين القراء والصحافة بصفة عامة ، فإن الصحافة الصفراء لم تنل نصيبًا من هذه الدراسات ، إذ لم يدرك الدارسون والمحللون النفسيون أن الصحف الصفراء استطاعت أن تضرب على أوتار مشدودة داخل القراء ، أو تتوغل فى أغوار عميقة داخل نفوسهم ، لم تستطع الصحافة القومية بلوغها . ومن هنا كانت أهمية دراسة سيكلوجية الصحافة الصفراء .

الفصل الخامس

سيكلوجية الصحافة الصفراء

كان المناخ الاجتماعى والسياسى والاقتصادى الذى ولدت فيه الصحافة الصفراء فى الولايات المتحدة فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، قد أدى إلى دمغها بسيكلوجية معينة قد لا توجد بنفس الوضوح فى صحف أمريكية أخرى ، سابقة على هذه الفترة . وبرغم هذه الخاصية السيكلوجية المعينة ، فإن المجال يكاد يخلو من أية دراسة تحليلية تسبر أغوار هذه الخاصية ، برغم أنها كانت بمثابة ثورة أو انقلاب فى أساليب العمل الصحفى سواء على مستوى الشكل أو المضمون ، بل وتركت بصماتها واضحة على الصحف التى تسمى بالقومية أو الجادة أو المحافظة أو الرزينة أو الوقورة بهدف التفرقة بينها وبين الصحافة الصفراء التى كثيرًا ماتتهم بأنها صحافة رخيصة أو سطحية أو تافهة ، تسعى إلى الضرب على أوتار الإثارة الفجة والانفعالات العابرة والتسلية الشعبية .

ولم نعثر فى دليل مكتبة الكونجرس فى واشنطن أو دليل مكتبات الجامعات الأمريكية أو دليل مكتبة المتحف البريطانى فى لندن على دراسة متخصصة أو مسهبة فى سيكلوجية الصحافة الصفراء . ولم يسفر البحث الإلكترونى سوى عن مقالة كتبها وليم أيزاك توماس الأستاذ بجامعة شيكاغو ، ونشرتها مجلة «أمريكان مجازين» فى خمس صفحات ، فى عددها ٦٥ ، فى عام ١٩٠٨، بعنوان «سيكلوجية الصحيفة الصفراء» . ويبدو أن دراسات علم النفس لم تكن قد ترسخت بعد فى ذلك العقد المبكر من القرن العشرين ، ولذلك لم تشتمل المقالة على أبعاد سيكلوجية حقيقية وإنما ركزت على الجوانب الأخلاقية التقليدية ، متأثرة فى ذلك

بالنظرة العامة التقليدية التى وصمت الصحافة الصفراء بتجاوزها المستمر والمتجدد لحدود الأخلاق الحميدة . ويبدو أنها النظرة التى دفعت الباحثين الجادين إلى أن يربأوا بأنفسهم عن الخوض فى هذا الموضوع الذى دمغ منذ بدايته بالتفاهة والسطحية والفجاجة ، وبالتالى لم يعد جديرًا أن يربط الباحث الجاد المحترم اسمه به.

وهذه نظرة قاصرة ، لأنه فى مجال البحث العلمى لا يوجد موضوع محترم وآخر غير ذلك ، لأن كل الموضوعات قابلة للدراسة والتحليل طالما أنها تشكل ظاهرة مؤثرة فى المجتمع بطريقة أو بأخرى ، وإلا لما ظهر علم الجريمة المتخصص فى دراسة أبشع الظواهر الاجتماعية والدوافع الإنسانية . ويبدو أن التوجه الذى اتخذته الصحافة التى تعرف بالجادة أو المحترمة أو الوقورة أو العريقة أو المحافظة ، تجاه الصحافة الصفراء التى أحدثت طوفانًا جارفًا فى قنوات الصحافة كلها ، هذا التوجه هو الذى نأى بكتاب الصحافة التقليدية عن الاهتمام بهذه الظاهرة الجديدة التى هددت الصحافة القديمة سواء فى مجال التوزيع أو الإعلانات ، إذ كان التجاهل خير وسيلة للتقليل من تداعيات هذا الطوفان . أما إذا حكمت الظروف بالإشارة اليه ، فلتكن إشارة عابرة وزاخرة بالاستهزاء والتحقير .

وهذا التوجه الزاخر بالعنجهية والتعالى ، لم يكن فى حقيقته سوى تعبير غير مباشر عن خوف الصحافة التقليدية من اجتياح الصحافة الصفراء لها . وهو توجه ترسخ إلى حد كبير برغم انتشار الدراسات الإعلامية والصحفية منذ الربع الأول من القرن العشرين ، بل وإنشاء أقسام علمية وكليات ومعاهد متخصصة فيها ، إذ يبدو أن أساتذة الجامعة ظنوا أنه من الخطر إلقاء محاضرات فى أساليب الصحافة الصفراء ، يمكن أن تغرى طلبتهم باتباعها عندما يتخرجون ويعملون فى الصحف . وهى وصاية قاصرة وخاطئة لأنه من الطبيعى أن يلم الطالب بكل أبعاد وأعماق عالم الصحافة التى هى فى حقيقتها مرآة للمجتمع بكل سلبياته وإيجابياته . قد تكون

مرآة مستوية أو محدبة أو مقعرة ، لكنها فى النهاية مرآة تعكس الظواهر وليست مجرد المظاهر التى تمر أمامها . ولعل قائمة المراجع المذكورة فى نهاية هذا الكتاب ، تبين إلى أى مدى كانت الدراسات التى تناولت سيكلوجية الصحافة الصفراء نادرة ، مما دفع بنا إلى الاستعانة بكل الإشارات الواردة فى هذه الكتب إلى سيكلوجية الصحافة الصفراء ، سواء أكانت سلبية أم إيجابية ، مع الاستفادة بمناهج علم النفس الفردى وكذلك الاجتماعى .

فى دراسة وليم أيزاك توماس «سيكلوجية الصحيفة الصفراء» عام ١٩٠٨ التى لم تزد على حجم مقالة فى خمس صفحات نشرتها «أمريكان مجازين» ، نجد محاولة مبدئية لتعريف ماهية الصحيفة الصفراء ، فيقول إنه بادئ ذى بدء لابد من الاعتراف بغلبة العناصر الانفعالية المثيرة على العناصر العقلانية الرزينة فى هذه الصحيفة . وبرغم أن هذه العناصر المستجدة لا تستجيب للمثل والقيم والتقاليد التى تمثل الجانب الراقى والرفيع داخلنا ، فإنها فى الوقت نفسه تستجيب للجانب أو البعد المعتم القابع فى أعماقنا . وهو البعد النابع من رغباتنا الدفينة ، وشهواتنا المكبوتة ، وانفعالاتنا الجامحة ، وشطحاتنا الفطرية ، التى تلبيها الصحيفة الصفراء وتشبعها بشتى الوسائل والطرق ، مهما كانت مثيرة للصدمة أو الرفض . فهى تتعامل مع قارئها مثلما يتعامل الطاهى الماهر مع جائع لابد أن ينهال على الوجبة اللذيذة بمجرد أن يضعها النادل أمامه ، كما أنها تحرص على أن تكون شهيته مفتوحة دائمًا للمزيد من هذه الوجبات حتى لو بلغت حد التخمة .

ويوضح توماس أن هذه الدوافع الطبيعية الفطرية ترسخت داخل الإنسان عبر عصور سحيقة قبل أن تتبلور فيه القدرات العقلية التى تساعده على كبح جماحها . وهى دوافع من العمق والقوة والرسوخ والتأثير ، بحيث يمكن أن يقف أمامها علم النفس عاجزًا عن تحليلها فى أحايين كثيرة . ذلك أن الوعى الإنسانى لا يكاد يمثل

مشكلة حقيقية لهذا العلم ، وإنما تكمن مشكلته فى هذا العالم المعتم الذى يطلق عليه العقل الباطن أو اللاوعى الذى كثيرًا ما يخدع الوعى ويوهمه بأنه فى منتهى الموضوعية والعقلانية فى حين أنه يمكن أن يكون غارقًا حتى أذنيه فى شطحاته الذاتية والفطرية . وبرغم مراحل التطور العميق التى مر بها الفكر الإنسانى عبر العصور لإعلاء شأن العقل وترسيخ طاقاته ، فإن الإنسان لا يزال أكثر استجابة ورضوخًا لطاقاته الفطرية والبدائية لأنها تمنحه من المتعة والإشباع مالا يمنحه العقل الذى يحتاج إلى جهد معرفى وفكرى وتفسيرى وتحليلى لا يتأتى إلا للعلماء والمفكرين والأدباء وكبار المثقفين الذين يشكلون صفوة الصفوة . ولذلك كان من الطبيعى أن يتكرر عبر التاريخ ظهور الأنشطة والاحتفالات والعروض والأعمال الفنية بشتى أنواعها ، لإشباع هذه الطاقات البدائية الكامنة فى أعماق النفس البشرية . بل إن الدورات الأوليمبية ، والمباريات الرياضية ، والألعاب العنيفة ، هى من أشهر وسائل التنفيس عن مكبوتات البشر .

ثم جاءت الصحافة الصفراء فى آخر عقد فى القرن التاسع عشر ، فى زمن لم يعرف فيه البشر السينما أو الراديو أو التليفزيون ، فلم يكن هناك سوى المسرح الذى لم يكن متاحًا لجماهير كثيرة ، لتفاجئ القراء بأن بين أيديهم وفى بيوتهم وسيلة رخيصة ومثيرة ، تطرد عنهم الملل والرتابة ، وتنطلق بخيالهم إلى آفاق لم يبلغها من قبل ، وتتجاوز بهم حدود واقعهم الضيق ، فى حين أن الصحافة التقليدية تلتزم بهذه الحدود ، وهو الالتزام الذى تقيس به مصداقيتها عند القراء . وكثيرًا مالا يجد القراء جديدًا بمعنى الكلمة داخل هذه الحدود ، وحتى ما يمكن اعتباره جديدًا لا ينجو من شبهة التكرار الذى لا تحتمله الطبيعة الجامحة للنفس البشرية ، خاصة عند عامة القراء العاديين الذين لا يمارسون المتع العقلية والمباهج الفكرية .

ويستشهد توماس فى مقالته بآراء عالم النفس الأمريكى وليم جيمس فى أصل وطبيعة الغرائز الأولية والبدائية ، بحكم أنها القاعدة التى تنطلق منها الصحافة

الصفراء ثم تعود إليها فى علاقة جدلية متجددة تنهض على التبادل المستمر بين عنصرى التأثير والتأثر . يقول وليم جيمس إن المسارات التى شقتها البشرية بقوة فى عصورها القديمة ، كانت عبارة عن مشاهد متتابعة من المذابح . ومهما يدعى البشر الآن بأنهم يمتلكون من الفضائل الرزينة المتطامنة ما يجعلهم أكثر تعقلاً ، فإنهم لا يزالون يحملون فى داخلهم بؤرًا جاهزة للانفجار فى أية لحظة ، وإشعال النيران فى الآخرين . فلم يتخلص البشر من الخصائص الكامنة والمختفية فى أغوارهم منذ قديم الزمان ، فهى نار مختفية تحت رماد ، لا ترى لكنها لا تنطفىء ، قابلة للتوهج لإيذاء الآخرين كوسيلة لحماية الذات . وإذا كانت نظرية التطور والبقاء للأصلح نظرية صحيحة ، فإن القضاء على كل ما يهدد الإنسان ، كان من أهم الوظائف البدائية التى مارسها الإنسان ، من خلال غريزة القتال التى ترسخت داخله بمرور الزمن لأنه وجد فى الهجوم أفضل وسيلة للدفاع عن نفسه . وكل هذه الطاقات المتفجرة تستجيب للانفعالات والمشاعر التى تستمد منها بدورها قوتها الدافعة والمتجددة بل والمتصاعدة فى عنفها إذا لم تجد ما يكبح جماحها . ومن يملك القدرة على ممارسة العنف ، يدمنه ويجد فيه لذة لا تقاوم إذا لم يجد من يتصدى له . والدليل على ذلك العنف الدموى الذى سيظل يمارس بشتى الطرق والوسائل ، سواء أكان ضد حيوان أو إنسان ، فهو لعبة مثيرة لا تتوقف أبدًا .

وبرغم أن المقتطف الذى استشهد به توماس من كلام وليم جيمس ، لا يناسب على الإطلاق الحديث عن الدوافع الكامنة وراء انتشار الصحافة الصفراء ، التى هى فى النهاية صحف مثل أية صحف أخرى ، فإنه يبين إلى أى مدى كان توماس وغيره من الرافضين لهذه الصحافة ، كانوا يبالغون فى وصف تأثيرها الوحشى على القراء !! وهى مبالغة لابد أن تأتى بأثر مناقض تمامًا للهدف المقصود منها . وهو ما يذكرنا بمقولة شهيرة لرئيس تحرير مجلة «بلاى بوى» الشهيرة الفاضحة هيو هيفنر عندما قال إن القارئ ذا الأفق الضيق يتصور أن القيامة قد قامت عندما

يقرأ نكتة فاضحة ، أما القارىء الناضج المتزن فقد يعتبرها نكتة ساذجة أو رخيصة المستوى ، فيبتسم فى سخرية ويمضى إلى حال سبيله ، وكأن شيئًا لم يكن .

ويحاول توماس أن يرجع إقبال القراء على الصحافة الصفراء ، بأنه تأكيد للأثر الذى يلعبه الجانب الغريزى والانفعالى فيهم ، وتأكيد أيضًا لصعوبة الاطمئنان لشطحات النفس البشرية التى هى أبعد ما تكون عن عالم المثال . ويستشهد توماس بمقولة أرسطو بأن الإنسان «حيوان اجتماعى» ، لكنه يضيف إليه أنه فى أحايين كثيرة يصبح حيوانًا فقط . ويبالغ فى وصفه قائلاً إنه «حيوان أحمر الناب والمخلب الذى يضاهى مخلب العقاب ، وهو الوصف التى يتجلى فى حالات الغضب والكراهية والخوف التى يمر بها ، وكذلك فى حالات التشفى فى مصائب الآخرين الذين عجز عن الانتقام منهم . وحتى إذا لم يصل الأمر إلى حد العنف الدموى الذى عرفته الأزمنة القديمة ، فإن الحياة نفسها كانت وستظل صراعًا عاتيًا بما فيه الكفاية ، وحربًا بين الفرد والفرد ، وبين الفرد والمجموع ، وبين المجموع والفرد . وفى الحمى التى تنتاب الإنسان فى سبيل الحفاظ على كيانه ، لا يعبأ كثيرًا بالأذى الذى قد يلحق بالآخرين من جراء هذا .

ويضيع توماس جزءًا كبيرًا من مقالته فى تتبع بدايات الوعى الأخلاقى عند البشر حتى يصل إلى منظوره أو مفهومه الأخلاقى للصحافة الصفراء ، برغم أنه يدعى أنه مفهوم سيكلوجى بحت . فقد أوضح أن الوعى الأخلاقى بدأ مع الوعى الاجتماعى الذى نتج عن ميل الإنسان للحياة فى مجتمع يأنس إليه . وكانت الأسرة بشكلها البدائى بمثابة البذرة الأولى للمجتمع الإنسانى من خلال العلاقة بين الآباء والأبناء . ومع تجاور الأسر وتجمعها فى إطار اهتمامات مشتركة ، بدأ عصر القبائل الذى جعل من أفراد كل قبيلة وحدة تدافع عن مصالح وميول مشتركة فى مواجهة عداوات أو خصومات أو هجمات قد تطرأ من خارج القبيلة ، على أساس أن العنف الدموى لا يرد إلا بمثيله أو بأعنف منه .

ونظرًا لأن العلاقات بين أعضاء القبيلة الواحدة نهضت على صلة الرحم أو الدم ، فقد نمت معها مجموعة أو منظومة من المشاعر والسلوكيات ، كانت بمثابة الجذور الأولى للوعى الأخلاقى الذى يحيط الصالح العام للقبيلة بسياج متين ضد كل ما يهدده . وفى الوقت نفسه لم يخفف هذا الوعى من حدة الكراهية تجاه الآخر ، ولذلك اشتعلت المعارك والحروب فيما بين القبائل ، وسالت الدماء أنهارًا ، وإن كان الإنسان قد عرف لأول مرة معاهدات الصلح أو السلام بين القبائل التى أدركت أن جميع الأطراف المتورطة فى الحرب خاسرة فى النهاية مهما تباهت بنصرها . وفسر توماس التعاطف بين أبناء القبيلة الواحدة ، ليس على أساس أن الغرائز البدائية قد تم كبتها وترويضها ، وإنما على أساس سيكلوجى يؤكد أن صلة الرحم أو الدم قد رسخت فى الوجدان الجمعى أن الكل فى واحد ، وأن ما يحيق بالواحد من ضرر وأذى يحيق بالآخر تلقائيًا .

وهذا الالتزام الأخلاقى الذى ترسخ منذ العصور القديمة ، لم يتغير حتى عصرنا هذا ، برغم الادعاءات التى تبثها تيارات العولمة إعلاميًا وسياسيًا وثقافيًا وفكريًا ، بأن الانتماءات الضيقة للمنظومات الصغيرة مثل الأسرة أو القرية أو المدينة أو حتى الدولة قد فات أوانها ، بعد أن أصبح العالم بمثابة قرية كونية صغيرة ، وبالتالى أصبح الإنسان مواطنًا عالميا !! وهذه مقولة تحمل فى طياتها من الأكاذيب ما يفوق الحقائق بنسبة كبيرة . فالعالم فى هذه الحالة هو مجرد شخصية اعتبارية أو حتى هلامية لا يمكن تلمس ملامحها ككيان متميز ، وبالتالى فإن القيم الأخلاقية التى تحض على الإيثار فى مواجهة الأثرة ، وعلى الانتماء فى مواجهة التشتت والضياع ، لا تزال الهدف الأثير للدولة ومؤسساتها الدينية والتعليمية والتربوية والإعلامية والثقافية والاجتماعية بل والسياسية . وهى القيم التى لم تمسها الصحف الصفراء من قريب أو بعيد ، وليس هناك مبرر لتوماس كى يكتب مثل هذه المقدمة المسهبة فى مقالته

القصيرة التى يفترض فيها أن تدور حول سيكلوجية الصحافة الصفراء ، ولا تحتمل هذا العرض الأنثروبولوجى والتاريخى لتطور المجتمع البشرى منذ بداياته المبكرة .

وقد تعرضنا بالتحليل والسرد لجزء من هذه المقدمة لنبين إلى أى مدى ظلمت الصحافة الصفراء حتى من بعض القلة التى كتبت عنها . وإذا كانت الصحف الصفراء قد عكست على صفحاتها ما يدور فى المجتمع من جرائم وصراعات ومخاز، فهى بضاعته ردت اليه ، بحيث تنحصر الاتهامات الموجهة إلى هذه الصحف فى المبالغات التى يمكن أن تصل إلى حد الاختلاقات والأكاذيب والشائعات . ذلك أن الفارق الأساسى بين الصحافة الصفراء والصحافة التقليدية يكمن فى أسلوب التناول والمعالجة ، لأن المادة الإعلامية والصحفية فى النهاية تكاد تكون واحدة ، بحكم أن المجتمع واحد . ولذلك فإن من يحاول أن يدرس سيكلوجية الصحافة الصفراء ، عليه أن يركز تحليلاته وتفسيراته على أساليب التناول والمعالجة لأن المضمون واحد بالنسبة لكل الصحف ، ذلك أن الصحف التى تلقب بالمحافظة أو الرزينة أو التقليدية ، هى أيضًا تتناول القضايا المثيرة والشائكة التى تتمثل فى جرائم القتل والسرقة والاغتصاب والدعارة وغير ذلك من صور الانحراف ، بل تعتبرها من التوابل الصحفية التى تجذب القراء ، فتزداد نسبة توزيعها واقبال المعلنين عليها ، مثلها فى ذلك مثل الصحف الصفراء التى قد تلجأ إلى الخيال أو المبالغة أو الاختلاق بل والكذب ، لكن سلبيات ومخازى وجرائم المجتمع واحدة بالنسبة لجميع الصحف بشتى أنواعها .

وتشبه الجاذبية التى تتمتع بها الصحافة الصفراء بين أفراد الجمهور العادى الباحث عن الإثارة والتسلية ، الجاذبية التى تتمتع بها كل الانشطة الرياضية ، والأعمال الدرامية السينمائية أو المسرحية أو التليفزيونية ، والتحريات التى تسعى للقبض على السفاح المختفى فى الروايات البوليسية ، أو التى تعمل على إثبات

التهمة على المجرم ، أو فضائح الجنس خاصة بين الأثرياء والمشاهير من نجوم المجتمع ، أو السرقات الضخمة مثل سرقة قطار يحمل ثروات طائلة ، أو جرائم الاختطاف وغير ذلك من الصراعات التى تنطوى عليها النفس البشرية ، وتعلن بوضوح على أن الغريزة الفطرية البدائية ستظل قادرة على طمس تطلعات العقل الحضارى والمنطق البشرى . وعندما يقبل القراء على شراء الصحف الصفراء ، فإنهم يجدون فيها متنفسًا لهذه الغرائز والشطحات بل والانفجارات الكامنة فى أعماقهم المعتمة ، وكأنهم يمارسون النميمة والثرثرة عن شخصيات وأحداث ومواقف فى المجتمع ، تجعلهم يبدون فى نظر أنفسهم أفضل من المشاهير المتورطين فى الفضائح ، أو أكثر اطمئنانًا لمصائرهم من مجرمين على وشك القبض عليها ، مثلهم فى ذلك مثل المشاهدين الذين يتابعون مسرحية أو فيلمًا أو مسلسلاً تليفزيونيًا ، يمر فيها الأبطال بأهوال مصيرية أو يقعون فى مآزق لا مخرج لهم منها ، فى حين يجلس هؤلاء المشاهدون فى استرخاء شديد فى البيت أو دار السينما يتابعون ما يجرى مستمتعين بعوامل الإثارة التى تجتاحهم . وهى نفس التجربة اللذيذة التى يمارسها قراء الصحيفة الصفراء عندما يقلبون صفحاتها بحثًا عن القصص والأخبار والصور المثيرة .

ويوضح توماس أن من أهم عوامل جاذبية الصحيفة الصفراء ، أن الانفعالات والمشاعر والعواطف التى تثيرها ، والتى ترجع إلى الغرائز البدائية والفطرية الكامنة داخل القراء ، هى عملية ممتعة بدون شك ، لأنها تعود بهم إلى شطحات طفولتهم وصباهم الكامنة فى عقلهم الباطن ، ويمكن أن تنفس عنها ، بل وتحررهم منها ، دون أن يعانوا من المتاعب أو المصائب التى تمر بها الشخصيات المتورطة فى الحوادث المنشورة أو التى تبدو فى الصور فى لقطات تعبر عن عمق مأساتها . بل إن تأثيرها فى أحايين كثيرة فى القراء يزيد على تأثير الأعمال الفنية والدرامية فى المتلقين على اختلاف أنواعهم ، لأن الخيال فى هذه الأعمال ، فى نهاية الأمر ، هو المادة الأساسية التى تستقى منها ، وبالتالى فإن المتلقين يؤمنون فى أعماقهم بأنهم يمارسون

لعبة خيالية أو وهمية ابتكرها الفنانون . أما القصص والحوادث والقضايا المنشورة فى الصحيفة الصفراء ، فهى حقيقية وواقعية بل ومعاصرة ، وتدور حول أشخاص لا يعرف أحد مصيرهم على وجه التحديد ، لأنه لا يوجد المؤلف الدرامى الذى يملك القدرة على صنع هذا المصير ، إلا عندما تنتهى القصة أو الحادثة أو القضية من تلقاء نفسها ، مثلهم فى ذلك مثل المقامرين الذين لا يعرفون إذا كانت نهاية اللعبة ستكون مكسبًا أم خسارة . ومن هنا كانت الإثارة مضاعفة لإدراك القراء أن أحدًا من متابعى القضية أو الحادثة لا يستطيع أن يجزم بنوعية نهايتها ، وإنما يقتصر الأمر على مجرد التنبؤات أو التخمينات التى قد تصيب وقد تخيب ، والتى يشترك فيها القراء على قدم المساواة مع المحللين والدارسين .

كذلك فإن الكوارث الكبرى مثل الزلازل والفيضانات ، وحوادث القطارات ، والسفن ، والطائرات ، تمثل مادة خصبة متجددة سواء للصحف التقليدية أو الصحف الصفراء . فهى مادة درامية تصل إلى درجة الرعب الميلودرامى فى لحظات يصبح فيها الإنسان ريشة فى مهب الرياح ، أو حشرة فى مواجهة جبروت الطبيعة وبطشها . وتلعب الصياغة الصحفية واللقطات أو الومضات الموحية التى يتم رصدها وتسجيلها ونشرها دورًا حيويًا فى تحويل الخبر الصحفى إلى قصة خبرية أو قصة صحفية تنطوى على كل توابل السرد القصصى من رسم للشخصيات ، وسبك للحبكة ، وربط للنتائج بالأسباب ، ورصد اللمحات المثيرة التى تضفى جوًا مبهرًا على الأحداث ، وإثارة للأشجان وغير ذلك من أساليب السرد أو التغطية الجذابة . ولذلك كان جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست ، رائدا الصحافة الصفراء منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر ، أول من أطلق مصطلح «قصة» Story على الخبر ، وبعد ذلك شاع المصطلح فى الصحافة العالمية ، على أساس أن جوهر العمل الصحفى يكمن فى تحويل الخبر الواقعى إلى قصة

صحفية ، لأنه ليس مجرد آلة فوتوغرافية تنقل ما تلتقطه ، إلى المتلقى ، وإنما هو عملية فنية وفكرية وإعلامية تتأثر إلى حد كبير بالزاوية التى يختارها المحرر ، وأسلوب الصياغة ، والمساحة المتاحة لنشر القصة الخبرية ، ونوعية وأحجام الصور الملحقة بها ، والصفحة المنشورة فيها ، والعناوين الرئيسية المستوحاة من محاورها الحساسة والرئيسية ... الخ .

وكان تحليل توماس السيكلوجى للصحافة الصفراء تفسيرًا أخلاقيًا فى الأساس . وربما كان هذا راجعًا إلى أن علم النفس لم يكن قد اشتد عوده بعد ، حين كتبت هذه المقالة فى عام ١٩٠٨. ولذلك يوضح توماس أن الصحافة الصفراء كانت تلعب دائمًا على الوتر المشدود بين الدافع والاستجابة بصرف النظر عن القيمة الإنسانية والدلالة الأخلاقية ، فكل همها أن يسيل لعاب القارئ لمجرد التلميح بالأطعمة الشهية واللذيذة التى ستقدمها له الصحيفة . ولذلك يعتبر توماس الصحافة الصفراء صحافة من الدرجة الثانية أو أدنى ، لأنها لا تتعامل مع الأحداث أو الحقائق مباشرة ، وإنما تدور حولها وتتلاعب بتفاصيلها جلبًا للإثارة والانفعال ، دون محاولة ربطها بخلفيتها الاجتماعية كما تتمثل فى الأسباب التى أدت إليها ، والنتائج التى يمكن أن تترتب عليها . فهى تركز على حوادث وأخبار فقدان الحياة أو السعادة أو الملكية أو السمعة أو أية حادثة تثير الشجن وتدفع القارئ إلى متابعتها حتى نهايتها فى ثوب قصصى مشوق ، أما التفسيرات والتحليلات فليست من أهدافها الأثيرة وإن كانت تضطر إليها فى بعض الأحايين .

ويواصل توماس هجومه على الصحافة الصفراء ، فيقول إنها لا تكتفى بعزل حوادث ومواقف الكراهية والرعب والشجن ، بهدف التركيز عليها وتجسيمها وتكثيفها ، بل تلجأ أيضًا إلى تفكيك هذه الحوادث والمواقف لإختيار ما هو حسى وميلودرامى منها ، ثم تهميش الأجزاء أو الجزئيات التى تستدعى الدراسة الجادة

المتأنية المتأملة . ذلك أن التأمل هو عدو الصحافة الصفراء لأنه سيدفع القارئ إلى التفكير من وجهة نظر منطقية وموضوعية خاصة به ، وقد يدرك أن هناك محاولات محمومة للاستهانة بعقله ، وهى لحظة لابد أن يلقى فيها بالصحيفة جانبًا ، وقد يتوقف عن شرائها فيما بعد . ولذلك فإن الإيقاع اللاهث هو السمة العامة المميزة لأسلوب التحرير والصياغة ، والمساحة الكبيرة المتاحة للصور والتى تعادل أو قد تزيد على مساحة المادة المكتوبة ، والعناوين الرئيسية الضخمة التى تشد عين القارئ بمجرد مروره أمام بائع الصحف ... الخ . وهذا الأسلوب فى التحرير الصحفى يحرص بقدر الإمكان على أن تحتوى موضوعاته على عناصر الدهشة بل والصدمة ، وكلما زادت هذه العناصر ، زادت الثرثرة والتعليقات عليها من مختلف أنواع القراء مما يزيد من عددهم ، لأن من لم يقرأ ، يريد أن يطلع بنفسه على مكامن الإثارة فى الصحيفة . وتقيس الصحيفة الصفراء مدى نجاحها بكم الدهشة والإبهار الذى تحدثه فى داخل القارئ حتى لو كان على حساب الحقائق الموضوعية .

ويتذرع العاملون فى مجال الصحافة الصفراء دائمًا ، بأنه فى مجال الصحافة بصفة عامة لا توجد حقائق موضوعية كما قد يتصور البعض أو يدعى ، ذلك أن العمل الصحفى ابتداء من عمل المراسل الذى يغطى الحدث أو الحادثة إلى أن يظهر على صفحات الجريدة أو المجلة ، يمر بمراحل متتابعة ، يشرف على كل مرحلة فيها الخبير المختص بها ، والذى يضيف إليها من فنه وخبرته ما يجعل الموضوع أكثر جاذبية ، فهو لا يقصد التحريف أو الاختلاق أو التشتيت ، وإنما يحرص على التجميل والتنسيق المريح لعين القارئ . وهذا هدف مشروع تمامًا ، تتساوى فيه الصحف التقليدية مع الصحف الصفراء التى تؤمن أن كل عناصر الخبر أو القصة الخبرية لا يمكن أن تتساوى فى الأهمية ، ولذلك فهى تبدأ بالتركيز على الأهم فالمهم وهكذا ، وذلك بتوزيع درجات الضوء التى يتراوح سطوعها بين عناصر المقدمة وعناصر الخلفية التى يجب ألا تشتت تركيز القارئ بعيدًا عن المحاور الأساسية للقصة الخبرية .

ويحاول توماس تعرية ما يعتبره من الحيل والألاعيب الخبيثة التى تمارسها الصحافة الصفراء دون أن تقع فى أية محاذير قانونية . ذلك أن التلاعب بأساليب التحرير والصياغة لا حدود له ، إذ إن الاختصار أو الاسهاب ، التقديم أو التأخير ، اختيار مفردات معينة فى سياق معين ، وهو نوع من التلاعب بالألفاظ ، وكتابة تعليقات موحية تحت الصور ، واستخدام الكلمات التى تحتمل أكثر من معنى وغير ذلك من الأساليب الذكية أو الخبيثة التى لا تلجأ إلى الألفاظ الجارحة أو الكلمات النابية أو التعبيرات التى قد تقع تحت طائلة القانون والمطالبة بالتعويضات الباهظة . وهذا الأسلوب قد يشكل نوعًا من الابتزاز خاصة إذا كانت الشخصية المستهدفة من أثرياء القوم ، ويهمها أن تكمم أفواه السخرية الخبيثة والمسمومة ، بحيث يمكن أن تغير دفتها إلى اتجاه آخر يعيد تصحيح الصورة التى شوهت . أما إذا لم يرضخ الثرى المستهدف للإبتزاز ، وإذا لم تكن لديه ذريعة قانونية لجر الصحيفة إلى ساحة القضاء ، فإنه يمكن أن يفقد الكثير فى نظر الجمهور بصفة عامة ومن يتعاملون معه بصفة خاصة . ذلك أن هذا الجمهور لا يعرف المشاهير بصفة شخصية وإنما من خلال الصورة التى تتشكل لهم على صفحات الجرائد والمجلات .

ويواصل توماس اتهامه للصحف الصفراء بالاصرار على المبالغة والتهويل بل والاختلاق والكذب والخداع ، فتلتقط حدثًا أو حادثة تافهة بكل المقاييس ، وتضخمها وتركز عليها الأضواء وتلهث وراء تفاصيلها المفتعلة ، كى تبدو فى عيون القراء حدث الساعة التى ستترتب عليه نتائج خطيرة لا حصر لها . ويورد توماس تعبيرًا صحفيًا شائعًا فى أوساط الصحافة الصفراء وهو «Silly season» أى الموسم السخيف أو الموسم الهزيل ، ويعنى به الموسم الخالى من كل الأحداث أو الحوادث أو الأخبار أو القصص الخبرية الجديرة بالنشر ، والتى تجذب انتباه القراء بقوة . ونظرًا لأن الصحف الصفراء لا تتخلى أبدًا عن إيقاعها اللاهث وصخبها الإعلامى ، فإنها تتجنب السلبيات أو المخاطر التى يمكن أن تترتب على هذا الموسم الهزيل الخالى من

كل عوامل الإثارة ، وذلك بأن تصنع من الحبة قبة . فهى تلتقط خبرًا عابرًا قد لا يلحظه أحد ، وإذا لحظه فإنه سرعان ما ينساه ، ثم تبدأ فى نسج خطوط دراما عريضة وعميقة وربما كانت عنيفة ، ومؤيدة من بعض اللمحات التى قد ترد فى قصص خبرية أخرى ، على سبيل إثبات مصداقيتها . ويومًا بعد آخر تتضخم القصة الخبرية وتتفرع وسط كل التوابل الممكنة ، وتصبح حديث الناس بعد أن تحولت الأوهام إلى حقائق رابضة على صفحات الجريدة أو المجلة . فلم يعد الناس يهتمون بمدى مصداقيتها وسط جو الإثارة الممتعة التى يعيشونها . بل إنهم يشاركون بدورهم فى الثرثرة والنميمة وإضافة الكثير من التفاصيل التى يختلقونها حتى يتقمصوا دور العالمين ببواطن الأمور .

ويرى توماس أن الصحافة الصفراء تنافس فن الرواية والمسرح (لم يذكر السينما والراديو والتليفزيون لأنها لم تكن معروفة فى زمنه ، وإن كانت السينما فى بداياتها الأولى فى عام ١٩٠٨ وقت كتابة مقالته ، لكنها كانت مجرد شرائط صامتة لا تستغرق أكثر من عشر دقائق كما كانت حركة الممثلين أسرع من الحركة الطبيعية نتيجة لوجود ستة عشر كادرًا فى الثانية وليس أربعة وعشرين كادرًا عندما تطورت السينما بعد ذلك وأصبحت الحركة طبيعية كحركات البشر فى الحياة) . فقد أوضح توماس أن موضوعات الصحافة الصفراء تكاد تكون هى موضوعات المسرح والرواية مثل الحب ، والكراهية ، والخوف ، واليأس ، والمؤامرات ، والمغامرات ، والغرائب ، والعواطف الجياشة المتدفقة ، والزواج ، والجريمة بشتى أنواعها ، والتى تخصصت فيها الرواية البوليسية ... الخ . ولعل الفارق الأساسى فى معالجة هذه الموضوعات ، أن كم الخيال فى فنون المسرح والرواية أكبر من كم الواقع فى حين أن الواقع - التسجيلى إلى حد ما - يفرض نفسه على الخيال فى الصحافة الصفراء ، إلا إذا كان الموضوع مختلقًا من أساسه .

ونضيف إلى تحليل توماس أن فنون الدراما والرواية لا يمكن أن تكذب لأن الخيال هو أداتها الشرعية فى صياغة موضوعاتها، وهى ليست مطالبة بمحاكاة الحياة والتطابق معها لأنها ليست مجرد صورة لها وإنما إعادة صياغة لها من منظور جديد، بل إن قيمتها الحقيقية تكمن فى ضرورة وجود مفارقة بينها وبين الحياة. أما فى حالة الصحافة الصفراء فالواقع المعاش يفرض نفسه عليها مهما حاولت التهرب منه، طالما أن ما تنشره يقع فى إطار القصص الخبرية وليست القصص الدرامية والخيالية. أما إذا سعت الصحيفة الصفراء إلى الرواج من خلال اختلاق الأكاذيب والقصص التى لا أساس لها من الصحة، فإنها فى هذه الحالة تكون قد استهانت بعقول قرائها، وداست على أخلاقيات المهنة وقيمها، لأنها خدعت قراءها بعد أن أوهمتهم أن ما تنشره واقعى وصحيح فى حين أنه مزيف ووهمى. وخاصة أن المجال مفتوح أمام الصحيفة لكى تنشر القصص الدرامية والخيالية دون أن يتهمها أحد بالكذب والاختلاق والخداع.

ويقدم توماس تفسيرًا سيكلوجيًا لهذا الخطأ المهنى والأخلاقى الذى قد تقع فيه الصحيفة الصفراء، فيرجعه إلى حرصها المحموم على إيراد الصدمات الانفعالية المتتابعة وإثارتها داخل القراء بأى ثمن وبأى أسلوب. بل إن توماس يقول إن القصص الدرامية والخيالية لها مصداقية تنبع من إتقان الأديب لأصولها وحرفياتها، والأديب الذى يعجز عن ممارسة هذه القدرة والكفاءة، لابد أن ينتج أدبًا أو فنًا أصفر على حد قول توماس، أى الفن الذى يثير الغرائز الفطرية البدائية الأساسية لدى القراء دون أن يسعى لترويضها وتهذيبها من خلال المضامين والأشكال التى يختارها. أما مصداقية الصحيفة الصفراء فتنبع أولاً من الواقع كموضوع ومضمون، ثم ثانيًا من إتقان أصول الحرفة الصحفية. وكلما زاد كم الواقع فى الموضوع، زادت مصداقية الصحيفة، حتى لو كانت توصف بأنها صفراء، وبشرط ألا يتم التعامل مع الخيال على أنه واقع. ويهاجم توماس هذه المرة كلاً من الصحافة الصفراء وما

يسميه بالفن الأصفر ، عندما يظن فريق من الصحفيين أو الكتاب المسرحيين والروائيين بأن قمة نجاحهم تبرز فى إدخال القراء أو المتلقين فى حالة أشبه بتلك التى يمر بها السكارى أو المغيبون عن الوعى ، لأن الوظيفة الأساسية لكل من الصحافة والفن تكمن فى الوعى بالواقع ومواجهته وليس فى الغيبوبة الفكرية .

ولا يثق توماس كثيرًا فى النقد الذى تقدمه الصحف الصفراء للأعمال الفنية التى تهدف أساسًا إلى الرواج التجارى ، لأنها تتخذ من هذا النقد حجة أو ذريعة لنشر كل المشهيات والتوابل والمواقف المثيرة للغرائز فى هذه الأعمال ، ثم تدعى أنها تنقدها وتهاجمها . فهى تنشر بالكلمة والصورة المشاهد المثيرة فى المسرح ، بل إنها مدت تغطيتها للسينما الوليدة التى كانت تحبو فى أولى خطواتها على الطريق ، وركزت على الأفلام التى تعرض المواقف الغرامية بل والمشاهد الجنسية المثيرة ، برغم بدائيتها الفجة التى تجلت فى طولها الذى لم يزد على عشر دقائق أو ربع ساعة على أكثر تقدير ، وحركة الممثلين غير الطبيعية كأنهم عرائس تتحرك بأيد خفية ، لكن يبدو أنها كانت مبهرة فى زمانها ، ولم تكن الصحافة الصفراء لتتوانى عن استغلال جاذبيتها . لكن الصحافة الصفراء وجدت ضالتها فى عروض الفودفيل والبيرلسك المسرحية الزاخرة بالإبهار والأضواء والرقصات وفقرات خلع الملابس والأغانى الصاخبة الزاخرة بالتلميحات والإيحاءات الجنسية ، فتكلمت عنها بالكلمة والصورة ، وتظاهرت بنقد إباحيتها وشجبها بضراوة ، فى حين أنها أسهبت فى نشر تفاصيلها وعرض أكثر صورها إثارة كنماذج لابد من كشفها على حقيقتها !! وبذلك منحت هذه الصحف فرصة للقراء الذين لا يستطيعون مشاهدة هذه العروض المسرحية لارتفاع أثمان تذاكرها ، من متابعتها على صفحاتها بقروش زهيدة . كل هذا تحت ستار الإصلاح والتوعية والتنوير والتحذير !!

وتلعب الصحافة الصفراء التقليدية نفس اللعبة عند نشرها لأخبار الجريمة ، خاصة جرائم القتل . فهى تتبع الجريمة خطوة خطوة منذ وقوعها إلى صدور الحكم

على مرتكبها ، وتؤكد فى كل خطوة أن الجريمة لا تفيد ، وأنها مرض يجب أن يتخلص منه المجتمع بقدر الإمكان ، حتى تبرز وجهها الأخلاقى والتربوى والإصلاحى . لكنها خلف هذا الوجه الحضارى الراقى ، تتفنن فى سرد التفاصيل الوحشية لارتكاب الجريمة ، وتبالغ فى وصف دقائقها المرعبة ، كأنها تصور فيلمًا من أفلام الميلودراما العنيفة ، بهدف إحداث سلسلة من الصدمات المثيرة داخل القارئ ، فيرتبط بها ولا يفارقها إلا عندما يعرف نتيجتها النهائية . ذلك أن مشاعر الخوف يمكن أن تثير أكثر حالات التشويق والإثارة حدة . وعندما تنتهى الصحيفة من نشر وقائع الجريمة بصدور الحكم ، لا يتبقى فى ذهن القارىء سوى المشاهد العنيفة والميلودرامية التى حفرت نفسها داخله من خلال الأحاسيس الحادة التى أثارتها . وهى أحاسيس قد يدمنها القارئ لأنها تطرد الملل والرتابة من حياته الروتينية وتمنحها مذاقًا حريفًا كالتوابل فى الطعام .

ويحاول توماس استخدام مناهج التحليل النفسى فى تقنين الأثر الذى تمارسه الصحف الصفراء على العقل الجمعى للقراء ، فيقول إن هذا العقل بطبيعته عقل طفولى ، تتحكم فيه الغرائز الأساسية والمشاعر البدائية ، وخبراء الصحافة الصفراء يدركون هذه الحقيقة جيدًا . ففى كل من الجمهور العادى والطفل ، ميل جارف للأحداث أو الحوادث أو المواقف أو المآزق التى تثير العواطف وتخلص القارئ من الملل والرتابة . وأصول الحرفة الصحفية لا تشكل قيدًا على إطلاق هذه العواطف من عقالها ، بل هى فى خدمتها دائمًا مهما تلاعب بها المراسلون أو الصحفيون أو المحررون . وهى قابلة لإعادة صياغتها وتشكيلها لإحداث أكبر قدر ممكن من التأثير . وكانت الملاحم البدائية ، والسير الشعبية ، والمواويل الغنائية ، وروايات الشطار ، والقصص الخرافية ، وأحاديث النميمة ، بمثابة القاعدة القديمة التى انطلقت منها الصحافة الصفراء فى مراحلها المبكرة قبل أن تترسخ كنوع متميز من العمل الصحفى ، وقبل ذلك كانت مصدرًا للأدب الشعبى والقصص الطفولى .

ذلك أن جماهير الشعب وكذلك الأطفال يعشقون الاستماع إلى القصص أو قراءتها دون ملل طالما أنها مشوقة ومثيرة . أما الأطفال الذين لم يتعلموا القراءة بعد ، فإن الجملة التقليدية التى سرعان ما ينطقون بها بعد أن ينتهى الأب أو الأم أو أى كبير آخر من قص قصة عليهم : «قص علينا قصة أخرى» ، وهكذا كان يفعل المستمعون إلى السير الشعبية والملاحم البطولية فى العصور القديمة ، ولذلك فإن الجمهور العادى هو طفل كبير ، لا تزال تتأجج فى أعماقه الرغبة الحارقة للاستماع إلى قصص لا نهاية لها ، بصرف النظر عما إذا كانت هذه القصص حقيقية أم وهمية . ومن هنا كانت الصحف الصفراء حريصة على أن تكون مادتها وموضوعاتها وقصصها الخبرية وتحقيقاتها الصحفية سلسة وبسيطة وسهلة بل وساذجة إذا تطلب الأمر ، حتى تستطيع أن تصل إلى أكبر قاعدة ممكنة من جماهير قرائها . وهذه القاعدة العريضة والعميقة من شأنها أن تجذب أكبر عدد من المعلنين الذين لا يضعون المستوى الثقافى أو الفكرى للقراء فى اعتبارهم ، بل قوتهم الشرائية . والقادرون على الشراء ليسوا بالضرورة من المثقفين ، ولكن من جماهير الشعب العادى الذى يسهل اقناعه بالشراء أو بمعنى أصح إغراؤه . ومن هنا كانت النسبة الكبيرة من الإعلانات التى تغطى صفحات الصحف الصفراء ، والتى تساعدها على تجنب خطورة الاعتماد على نسب التوزيع واشتراكات القراء التى لا يمكن ضبطها عند مستويات معينة أو حتى محتملة . بل إن الصحيفة يمكن أن تخسر مبلغًا معينًا على كل نسخة توزعها ، لكن فى إمكان الإعلانات أن تغطى هذه الخسارة وتحولها إلى أرباح .

وقد ضربت الصحافة الصفراء أكثر من عصفور بحجر واحد عندما أقدمت على بيع النسخة بأقل من سعر التكلفة ، لأن إعلاناتها الجذابة كانت بمثابة جسر عريض ومتين بين المؤسسات الكبيرة وأكبر عدد ممكن من العملاء والزبائن المنتظمين والمتوقعين الذين يقبلون على شراء الصحيفة بسعرها الرخيص ومادتها الإعلانية

الضخمة ، وبالتالى فهى تنتشر فى معظم البيوت ، خاصة بين أفراد وأسر القاعدة الشعبية العريضة الذين يقبلون على المتع البدائية والحسية بل والطفولية ، ولا يشغلون أنفسهم بهموم الفكر والثقافة ، وتعدادهم أكبر من تعداد أية طبقة أو قطاع آخر من قطاعات المجتمع . ولذلك يحرص المعلنون على التوجه إليهم بشتى الوسائل المغرية ، لأنهم يقبلون على الشراء كنوع من العدوى أو الحمى الجماعية التى تستمد وقودها من الانفعالات السارية فيما بينهم ، لدرجة أنهم قد يشترون مالا يحتاجون إليه ، لمجرد ممارسة لذة الشراء والتباهى به أمام الآخرين . أما المثقفون الذين لا يشكلون جمهورًا بمعنى الكلمة وسط قراء الصحف الصفراء لأنهم يربأون بأنفسهم عن الانتماء إلى العامة أو الغوغاء ، ويرون فى هذه الصحف استهانة بعقولهم ، فهم أيضًا يفكرون مرة وأكثر من مرة عند شروعهم فى شراء سلعة معينة مهما كانت شعبية وفى متناول الجميع . وكان للصحافة الصفراء فضل الريادة فى ظهور صحف إعلانية صرفة توزع مجانًا على الناس فى كل المواقع المتاحة ، لتكفل المعلنين بتمويلها . فهى بمثابة دليل مجانى للسلع والصفقات والمعاملات التجارية ، مثلها فى ذلك مثل إعلانات الراديو والتليفزيون والسينما ولافتات الشوارع بكل أنواعها ، بل هى تمتاز عنها فى أنها بين يدى المتلقى وتحت أمره فى أية لحظة ، فهى تمده بكل بيانات السلعة المطلوبة ومواصفاتها بحيث يذهب لشرائها وهو ملم بكل وظائفها وفوائدها .

ويظلم توماس الصحف الصفراء كثيرًا عندما يتهمها بأنها السبب فى إطلاق الغرائز البدائية الفجة من عقالها ، وكأنها تسعى إلى إعادة الناس إلى عصور الهمجية الأولى . وهو يمزج بين المنظور الأخلاقى والتفسير السيكلوجى فى تأكيده على أن جوهر الحضارة الإنسانية الحقة يكمن فى قدرة الإنسان على التحكم فى مثل هذه الغرائز والطاقات التى تنطوى على قوى تدميرية وتخريبية لا حدود لها . ولذلك يصدر توماس حكمه على الصحافة الصفراء ويتهمها ببساطة بأنها لا أخلاقية . وكأن الإنسان بمجرد قراءته لصحيفة صفراء يتحول على الفور إلى حيوان يذكرنا بالمثل

المشهور الذى يدور حول الثور الهائج الذى اقتحم متجرًا للعاديات الزجاجية والتحف المصنوعة من الصينى والبورسلين !! لكن ربما كان لتوماس عذره فى هذا الصدد ، لأن الفكر التطهرى أو البيوريتانى الزاخر بالمحاذير الأخلاقية التى تصل إلى درجة التزمت ، كان مسيطرًا على الفكر الأمريكى حتى أوائل القرن العشرين عندما كتب توماس مقالته ، كذلك كان علم التحليل النفسى فى مراحله الأولى لاستكشاف آفاقه التى تشعبت بعد ذلك وتوغلت فى أغوار النفس البشرية المعتمة . وكان من الطبيعى أن يربط توماس بين علم الأخلاق وعلم النفس فى الحكم على توجهات الصحافة الصفراء ، فى حين أن التحليل النفسى اخترق كل الواجهات والحدود الأخلاقية التقليدية ليصل إلى منابع المنطلقات الحيوانية داخل النفس البشرية ، كى يدرس دوافعها وآلياتها وأساليب تحويلها إلى طاقات إيجابية .

ويقدم توماس حيثيات حكمه على الصحافة الصفراء بعدم التزامها بالمنهج الأخلاقى القويم ، بأن توجهاتها تهدد توازن المجتمع وتضعف من سيطرة العقل الحضرى عليه ، وتعود بالحياة الإنسانية إلى مجال الحياة الحيوانية ، وبالحضارة إلى الهمجية التى تتمثل فيما تنشره الصحف الصفراء من قصص خبرية تدور حول جرائم القتل والسرقة ، والشهادة الزور ، والاغتصاب ، والخيانة ودس السم ، وغيرها من الجرائم التى تشوه صورة المجتمع ، وتقضى على روح الألفة والتناغم بين أفراده ، وتفتح المجال لسطوة الغرائز البربرية . ولا شك أن هذه نظرة ساذجة للغاية ، لأن الامتناع عن نشر هذه الأخبار والحوادث ، لن يمنعها من الوقوع والانتشار . وربما كان مفهوم توماس لوظيفة الصحافة أنها يجب أن تحض الناس على الخير وأن تنهيهم عن ارتكاب الشر ، فى حين أن الوعظ والارشاد ليسا وظيفة الصحافة التى تكمن فى التغطية والرصد والتحليل والتفسير والخروج برؤية واضحة متبلورة لسلبيات المجتمع قبل إيجابياته التى لا تحتاج إلا لدعمها وترسيخها وتطويرها .

ثم يصول توماس ويجول فى عموميات تنتمى للأنشطة الحياتية بصفة عامة ، وليس لسيكلوجية الصحف الصفراء التى تدور حولها مقالته أساسًا . فيتكلم عن الدور الذى تلعبه اللغة ، والحكومة ، والدين ، والفن ، والدواء ، والحرية ، والاختراعات ، والعقل البشرى ، والزواج ، والمعرفة ، فى الحفاظ على توازن المجتمع والتحكم فى مساراته ، وعدم نقوصه إلى عصور الهمجية . وهذه كلها أمور مفروغ منها ولا تحتاج إلى جدل أو إثبات ، كما أن علاقتها بالصحافة الصفراء مثل علاقتها بأى شىء آخر فى الحياة . وعندما يتطرق توماس إلى توضيح الفوارق والاختلافات بين اللغة المنطوقة واللغة المنشورة ، لا يضيف شيئًا إلى تحليله لسيكلوجية الصحافة الصفراء ، وخاصة أن الكلمة المسموعة فى زمنه لم تكن تعنى سوى الكلمة الشفاهية بين المتكلم والمستمع بصفة شخصية ، لأن فى زمنه لم تكن هناك سينما ناطقة أو راديو أو تليفزيون ، ولذلك أكد على أن الكلمة المنشورة أعمق وأبقى أثرًا من الكلمة المنطوقة ، ومن هنا كانت الخطورة التى تمثلها الصحافة الصفراء فى نظره ، لكنها خطورة تبدو فى مطلع القرن الحادى والعشرين غاية فى السذاجة .

وتكمن خطورة الأثر الذى تتركه الصحف الصفراء فى نفوس القراء - على حد قول توماس - فى أن الناس يثقون إلى حد كبير فى الكلمة متى كانت مطبوعة بصرف النظر عن حقيقة مضمونها . وعامة الناس ، بصفة خاصة ، لا يلجأون إلى التأمل والتفسير والمراجعة والنقد ، لأنهم لا يملكون العقلية النقدية التى تؤهلهم لذلك . وهم الذين يشكلون أغلبية قراء الصحف الصفراء التى تقوم بعملية تلقين متجددة ومستمرة لهم ، أى إرسال يسير فى اتجاه واحد حتى يصل إلى استقبال يلتقط ما بلغه ويخزنه ثم يقوم بإفرازه كما هو . ولذلك فإن التغطية الصحفية التى تنشرها الصحف الصفراء للوقائع والحقائق ، تصبح فى نظر القارئ الوقائع والحقائق نفسها ، مهما كانت التغطية محرفة أو فيها من الخيال ما يطغى على الواقع . فقد استفادت الصحافة الصفراء من المهابة أو الهالة التى تحيط بالكلمة المطبوعة ،

وترسب فى اللاوعى عند البسطاء من القراء ، أن هذه المهابة أو الهالة صفة ملازمة لها وخاصية مميزة لها . وعندما تطور وعى القراء وتقدم بحيث مكنهم من التفرقة بين الغث والسمين ، كانت تقاليد الصحافة الصفراء قد ترسخت ، وارتبط بها جمهور غفير من القراء الباحثين عن الإثارة والتسلية لدرجة أنها شكلت تحديًا مستمرًا ومتجددًا للصحافة التقليدية أو القومية ، خاصة فى مجال التوزيع والإعلانات ، بل وأجبرتها فى أحايين كثيرة على أن تلعب لعبتها حتى تحقق نفس الرواج والازدهار .

ويوضح توماس أن فى الإمكان كبح جماح الصحف الصفراء بالإصرار الدائم على توضيح الحدود والفوارق بين الصدق والكذب ، بين الحقيقة والوهم ، بين الموضوعية والذاتية ، إذ إن تحريف أو تشويه أو تلوين أية حادثة أو واقعة تحت أية ظروف ، من شأنه أن يفسد قدرة الفرد - بل والمجتمع بأسره - على إصدار الحكم الموضوعى السليم . ومع تراكم الأحكام الفاسدة ، فإن المجتمع يدخل فى طرق مسدودة أو متاهات جانبية أو دوائر مفرغة قد لا يستطيع الخروج منها وتجاوزها . وهذا لا يعنى سوى التخلف المستمر والمتزايد . ولا ينكر توماس جمال الخيال وسحره كما يتجلى فى قصص الجنيات والحوريات عند الأطفال ، والملاحم والمسرحيات والروايات عند الكبار . فهو لا يندمج فى تيار الوعى عند الصغار أو الكبار على أنه وقائع أو حقائق معاشة ، برغم أنه يوسع من أفقهم ومن نظراتهم إلى هذه الحقائق والوقائع ، وبالتالى لا تفسد أسلوب حكمهم عليها وتقييمهم لها . لكن عندما تقدم الصحف الصفراء الكذب على أنه حقيقة ، والوهم على أنه واقع ، فإن رؤية العالم تهتز كثيرًا فى نظر ضحايا هذا الخداع والتزييف .

ويرى توماس أن الصحافة بكل أنواعها المختلفة ، تتساوى فى قيمتها وتأثيرها عند المفكرين والعلماء وكبار المؤلفين والمثقفين ، ولذلك فإن قراءتهم لها ، غالبًا ما تكون من باب العلم بالشيء ، لأنهم لا يعتمدون عليه كأداة للتثقيف الرفيع

والعميق ، إلا إذا نشرت دراسة أو تحليلاً لمفكر أو كاتب له وزنه العلمى والفلسفى . ولذلك فهم لا يفرقون كثيرًا بين الصحافة القومية أو الجادة أو الرفيعة وبين الصحافة الصفراء أو الخفية أو الرخيصة ، إذ إن الحقائق الموضوعية غالبًا ما تغيب أو تضيع بين طياتها أو أمواجها التى لا تتوقف عن التدفق والتلاطم . فالمادة الصحفية بطبيعتها طارئة وعابرة مع توالى الأيام ، وما قد يكون حديث الساعة أو قضية متفجرة على كل لسان ، سرعان ما يصبح نسيًا منسيًا فى أيام تالية .

لكن سرعان ما يعود توماس إلى تأكيد الاختلافات الجذرية بين الصحافة القومية والصحافة الصفراء ، فيقول إن المهمة الأساسية للعالم أو المفكر تتمثل فى اكتشاف الحقيقة أينما كانت ، وبمجرد اكتشافها فإنه يشرع فى البحث عن أخرى وهكذا . وبالتالى فهو يقدم المبدأ أو النظرية أو المعادلة ، ثم يتركها للصحافة الجادة التى تستكتب أساتذة الجامعات والمختصين ليبسطوا ويشرحوا تفاصيل الاكتشاف الجديد للقراء ، وهى مهمة لا تستطيع الصحافة الصفراء أن تنهض بها ولاتحبها لأنها تعتبرها خارج تخصصها . وإذا كانت الصحافة الجادة تعنى بالتطبيقات العلمية للنظرية الجديدة فى شتى المجالات ، فإن الصحافة الصفراء لاتحب أن تفوتها الفرصة كعادتها ، خاصة إذا كان فى الموضوع مكامن للإثارة والتسلية ، مثل الحياة الشخصية للمفكر أو العالم ، وغرامياته التى يمكن أن تختلق إذا لم تكن موجودة ، وغير ذلك من توابل التسلية التى لا تتوانى عن اقتناصها .

وكلما اقترب توماس من نهاية مقالته ، علت نبرة هجومه على الصحافة الصفراء وردد الاتهامات التى كانت شائعة فى زمنه على ألسنة الوعاظ والكتاب المتزمتين ، بأنها مصدر كل الجرائم والرذائل . وهذه مبالغة مرذولة فى حد ذاتها ، لأنها قد تعنى أن المجتمع كان خاليًا من هذه الجرائم والرذائل قبل ظهور الصحف الصفراء . صحيح أنها لا تعكس ولا تبلور الفكر الناضج العميق ، لأن هذا ليس من

اختصاصها ، لكنها لا يمكن أن تكون مصدرًا لكل هذا الرعب الكابوسى . وإذا كانت الصحافة القومية الجادة تنهض بهذه المهمة العلمية على ما يرام ، فليس من حق أحد أن يجبر الصحف الصفراء على محاكاتها وتكرار ما تفعله ، لأنها ليست صورة باهتة أو نسخة مكررة منها .

وفى نهاية مقالته ينسى توماس أنها تدور حول سيكلوجية الصحافة الصفراء ويتحول إلى واعظ أخلاقى يكاد يصرخ بأن هذه الصحافة هى مصدر لا ينضب للرذائل والجرائم ، وأنه كلما ازدادت نسبة توزيعها ، ازداد انتشار هذا الوباء الصحفى ، بحجة أن الناس أو القراء لابد أن يتأثروا بما يعرض عليهم بأساليب مثيرة وجذابة . ويتهمها بأن الإعلان هو وسيلتها وغايتها فى آنٍ واحد ، فلا يقتصر هذا على الإعلان المباشر الصريح وإنما حتى على مقالاتها التى تروج لسلع المعلنين من أطعمة وأدوية ومقويات ووسائل رفاهية وترفيه وتسلية ... الخ ، ذلك أن تكرار هذه المقالات الإعلانية وتركيزها على سلع معينة ، يؤدى إلى رفع نسبة رواجها إلى حد كبير ، فى حين تقبع السلع غير المعلن عنها فى الظل لأنها تقتصر فى رواجها على ما يتناقله الزبائن عنها من معلومات فى حيز شخصى ضيق .

ثم يطبق توماس نفس المنهج الإعلانى على المقالات التى تغطى الجرائم والرذائل المنتشرة فى المجتمع ، فيعتبرها نوعًا من الإعلان الصريح عنها ، وتكرار هذا الإعلان بتفاصيله الخبيثة ، وإلحاحه على أذهان القراء لابد أن يغريهم بارتكاب هذه الجرائم أو الرذائل !! هكذا بمنتهى البساطة والسطحية ، أى أن من يقرأ تفاصيل أكثر من جريمة قتل ، يشرع فى ارتكاب واحدة من مثيلاتها . وينسى توماس أن دوافع الجريمة موجودة أصلاً فى مثل هذا القارئ ، وهو يتلمس معالم طريقه لارتكابها سواء على مستوى الوعى أو اللاوعى عنده ، بحيث لا تعد الصحيفة الصفراء بمثابة القشة التى قصمت ظهر البعير . وإذا كان انتشار الصحافة الصفراء واسعًا - كما يقر توماس - فإنه طبقًا لتحليله لتأثيرها الحاد فى القراء ، كان من الممكن أن تصنع

مجتمعًا من المجرمين والقتلة . وهو مالم يحدث ولن يحدث ، بل إن معظم القراء الناضجين يستبشعون هذه الجرائم وينفرون منها فى رعب .

ويحاول توماس أن يفرض وصايته على قراء الصحف الصفراء ، فيتهمهم بالسطحية والتفاهة والحماس الأجوف لموضوعات تدور حول الرذيلة والسوقية والغوغائية وكل مامن شأنه أن يؤدى إلى عالم خال من الأخلاق الحميدة . ويأسف لعدم إمكان سن تشريع لتقييد الإباحية التى تمارسها ، بحجة أنها ضارة للقراء ، لأن الأمر متروك لهم فى النهاية ولهم أن يقرروا ما فى صالحهم ، ويقارنه بعدم إمكان منع نشر إعلانات السجائر بحجة أنها ضارة للصحة . ويجهل توماس أو يتجاهل أن سياسة الحظر أو المنع بهدف فرض الوصاية على المواطنين ، قد ثبت فشلها عبر العصور ، لأنه إذا كان المنع بمثابة الحل السحرى ، لكان فى الإمكان منع الجريمة من باب أولى . وهى التى بدأ تاريخ البشرية بها عندما قتل قابيل أخاه هابيل ، مما يدل على أنها ستواكب هذا التاريخ حتى نهايته . ومن المؤكد أن قابيل لم يقرأ جرائم القتل والتى تنشرها الصحف الصفراء !!

ويختم توماس مقالته بمحاولة رسم الحدود بين الحضارة والهمجية ، وبين الثقافة والغوغائية ، وبين الرقى والسوقية ، لأنها فى نظره حدود غير واضحة بل ومهتزة ، تمامًا مثل الحدود بين الصحافة القومية الجادة والصحافة الصفراء الخفيفة . وهذا اعتراف صريح بأن الصحافة الصفراء لم تهبط على الصحافة القومية من كوكب آخر ، بل كانت نتاجًا للمجتمع الذى عرف الصحافة بصفة عامة من قبل . بل إن الصحافة القومية كانت تحمل فى داخلها البذور أو الجذور التى طرحت بعد ذلك ثمار الصحافة الصفراء وفاكهتها التى أقبل عليها جمهور غفير من القراء . ذلك أن أساسيات الطبيعة البشرية واحدة ، ولا نستطيع أن نضع قراء الصحافة القومية الجادة فى خانة منفصلة تمامًا عن خانة الصحافة الصفراء . ولا تزال الحضارة

الإنسانية تعمل بموجب مثل أو قيم لم تتبلور تمامًا بعد مثل الإحساس بالمسئولية ، والنظرة المسبقة ، والعمل المثمر المنظم ، وتوظيف المال فى أفضل وجوهه ، وحماية الصغير والضعيف ، والتسامح الذى يقلل من غلواء التعصب البربرى ، وأخيرًا وقبل أى شىء آخر ، الروح العلمية الباحثة عن الحقيقة فى كل صورها .

إنها منظومة لا تعمل بكفاءة بل وكثيرًا ما تتعثر أمام شطحات النفس البشرية وغرائزها البدائية الأساسية التى تسيرها سواء بوعى أو بغير وعى . ولذلك فهى فى حاجة دائمة إلى يقظة عقلية وفكرية لا تتسامح مع عوامل أو مؤثرات هدامة ومخربة لهذه النفس التى تميل بطبيعتها إلى الإشباع الغريزى والتلقائى والبدائى ، لأنه لا يحتاج منها الجهد الذى تمارسه فى التفكير العقلانى ، والرؤية التفسيرية ، والتأمل التحليلى . هنا يكمن السر فى نجاح الصحافة الصفراء ورواجها بين قطاعات عريضة وعديدة من الجماهير التى ترفض اعتبارها نشاطًا مضادًا للأخلاق الحميدة ، لأنها تعوضها عن كل مظاهر أو ظواهر الملل والكآبة والتكرار والرتابة والتقاليد التى تفرض عليها سلوكًا معينًا لا تحيد عنه . فإذا كان من المفروض فى الصحافة القومية الجادة والمحافظة أن تحافظ على حدة الوعى واليقظة عند قرائها تجاه قضايا المجتمع ، فإن الصحافة الصفراء تصول وتجول وسط المباهج المثيرة التى تتدفق بين طيات اللاوعى لدى قرائها ، وتمنحهم من التسلية مالا يجدونه فى حياتهم اليومية ، لأنها ببساطة تداعب غرائزهم وتدغدغها ، مما يجعلهم يرحبون بترك أنفسهم نهبًا لها ، غير عابئين بالحدود بين الأخلاق الحضارية والأخلاق الهمجية . ولذلك يعتبر توماس الصحافة الصفراء صحافة غير شرعية ويجب أن يتصدى لها المفكرون والمصلحون وأن يكونوا لها بالمرصاد ، خاصة من يعملون فى الصحافة القومية الجادة التى يصفها بأنها الصحافة الشرعية الوحيدة .

لكن الظاهرة العجيبة الجديرة بالتسجيل والتحليل ، أن توماس ينهى مقالته بالاعتراف بأنه مهما كانت الصحافة الصفراء مضللة ومزيفة ولاهم لها سوى جمع المال ، فإنها ليست شرًا كلها . فهى مرآة صادقة للنفس البشرية التى تجمع بين كل المتناقضات الغريزية ، البناءة منها والهدامة ، الإيجابية والسلبية ، الحضارية والهمجية . وبالتالى فهى تبدو موضوعية للغاية ، لكنها موضوعية مزيفة إلى حد كبير ، لأن الجانب الهدام والسلبى والهمجى داخل القراء ، غالبًا ما تكون له الكفة الراجحة ، لأنه الجانب الأسهل والأسرع فى التجاوب ، خاصة إذا كان مطعمًا بكل التوابل الصحفية المثيرة من صياغة جذابة ، وصور مغرية من خلال طباعة أنيقة . فليست كل الصحف الصفراء صحفًا شعبية ورخيصة ، بل هناك الصحف والمجلات الصفراء ذات الورق المصقول والصور البراقة والتنسيق الفنى الجميل بحيث تبدو الصفحة وكأنها لوحة فنية ، نتيجة للتطور التكنولوجى الذى شهدته الصحافة المعاصرة ، والذى لم يكن فى أيام توماس . وفى ختام مقالته حاول أن يطمئن نفسه بأنه يستشعر بوادر إحساس بالذنب داخل العاملين فى الصحافة الصفراء ، قد يتحول إلى قوة تصحيحية لكل السلبيات التى تعتور أنشطتها . فقد اكتشف فى بعض مقالاتها الافتتاحية نفورًا من الضرب على الأوتار الحسية والغريزية لدى القراء ، بالإضافة إلى ذكائها ولماحيتها ونظرتها الثاقبة التى يمكن أن تجنبها الدخول فى طرق مسدودة ومتاهات جانبية إذا ما استمرت فى نهجها الذى يرفضه من حيث المبدأ .

وتنتهى مقالة توماس بهذه النبرة المتفائلة ، لكنها نبرة تعد امتدادًا لنظرته السيكلوجية الضيقة . وقد أسهبنا فى عرض هذه المقالة وتحليلها والتعقيب عليها ، برغم قصرها وقدمها إذ إنها نشرت فى عام ١٩٠٨ ، لكنه إسهاب يرجع إلى سببين ، أولهما ندرة المقالات أو الدراسات التى تناولت سيكلوجية الصحافة الصفراء بصفة

خاصة ، وثانيهما أن هذه المقالة جمعت معظم الاتهامات التى وجهت إلى الصحف الصفراء عبر ما يزيد على قرن كامل من الزمن ، والتى تحولت إلى ما يشبه القوالب أو الكليشيهات التى يرددها كبار المفكرين والمثقفين والعاملين فى الصحف القومية الجادة دون تفكير أو تدقيق كلما جاء ذكر الصحافة الصفراء . فالكل يتبرأ منها ويشجبها ويبدى احتقاره الشديد لها ، ومع ذلك فهى تنتشر انتشار النار فى الهشيم ، لدرجة أنها هددت القلاع الحصينة للصحافة القومية الجادة التى اضطرت إلى محاكاة بعض أساليبها وألاعيبها حتى لا يصيبها الإفلاس وتضطر إلى غلق أبوابها ، فى زمن أصبح فيه الازدهار التجارى معيارًا أساسيًا لقياس أى نجاح ، سواءً أكان ماديًا أم أدبيًا .

وبرغم ندرة الدراسات السيكلوجية للصحافة الصفراء بطول القرن العشرين ، فإنه يمكن القول بأن ظهورها كان بمثابة تلبية لمتغيرات سيكلوجية واجتماعية واقتصادية وثقافية اجتاحت المجتمع الأمريكى . فقد ظهرت فى زمن كان هذا المجتمع يتسع بحثًا عن الآفاق الجديدة ، أو ما عرف بروح الحدود البعيدة ، وبالتالى فإن المواد المشوقة بل والمثيرة التى ارتبطت بهذا التوسع قد منحت الصحافة الصفراء قوة دفع منذ بدايتها . كانت البلاد على شفا تحول سريع بل ومضطرب وزاخر بالمفاجآت . وكانت التجمعات السكانية قد بدأت فى التحول من الحياة الريفية إلى الحياة الحضرية . كما أن الولايات المتحدة بدأت فى مد نفوذها العسكرى إلى ما وراء نصف الكرة الغربى ، وبقوة تجلت منذ خوضها الحرب الأسبانية الأمريكية فى عام ١٨٩٨ . فقد كان المناخ مشحونًا بالإثارة الداخلية والخارجية التى تنطوى على مادة صحفية ، تمتزج فيها الوقائع بالأخيلة . وهى اللعبة التى أتقنتها الصحف الصفراء ، وأدمنها القراء الباحثون عن الإثارة والتسلية والمتعة .

كذلك كانت نظريات سيجموند فرويد فى التحليل النفسى بمثابة مغارة سحرية وجدت فيها الصحافة الصفراء مجالاً للخوض وسط أحراش النفس البشرية

الغامضة والمشحونة بالانفعالات والأحاسيس التى تتجاوز كل حدود الواقع الاجتماعى التقليدى ، سواء من منطلق الموضوعات والقصص الخبرية التى ترصدها وتنشرها ، وتتوغل فى داخل أبطالها والأسباب التى أدت إلى مواقفها ، أو من منطلق الأوتار المشدودة داخل القراء أنفسهم ، وترحيبهم بالضرب المثير الذى يمارسه المراسلون والمحررون والصحفيون عليها . فقد أصبحت الصحف الصفراء جسرًا بين ما يدور داخل أبطال القصص الخبرية والموضوعات الصحفية وبين ما يعتمل فى نفوس القراء ، بحيث شرعت الصحافة لأول مرة فى تاريخها ، فى التركيز على العالم الداخلى للإنسان بعد أن كانت قصصها وموضوعاتها مقصورة على المعطيات والوقائع الخارجية فى المجتمع .

ونتيجة لذلك تمتعت الصحافة الصفراء بحيوية افتقدتها الصحافة القومية التى بدت تقليدية وروتينية إلى حد كبير . فقد طبقت نظرية فرويد فى تقسيم العقل البشرى إلى عقل واع وعقل باطن . فالعقل عنده منظومة متداخلة الأجزاء أو العناصر أو الأقسام ، وإن كان قد حاول التفرقة فيما بينها لأغراض التحليل النفسى . وكانت الأجزاء التى بلورها هى الأنا العليا Superego ، والأنا ego ، والأنا السفلى id . فالأنا العليا هى الذات الأخلاقية أو الضمير ، وقد تتراوح بين الوعى واللاوعى ، وفى كلتا الحالين فإنها تكافئ أو تعاقب الإنسان من خلال أحاسيسه بفعل الصواب و ارتكاب الذنب ، وطبقًا لمدى احترامه لتقاليد المجتمع وقوانينه . أما الأنا أو الذات فهى الجسر الذى يصل الإنسان بعالمه الخارجى ، لأن فى استطاعتها أن تفكر وتتصرف بحكم أنها الذات الواعية . أما الأنا السفلى فهى الجزء غير الواعى تمامًا من العقل ، لكن له من الاحتياجات والرغبات والشطحات ما يفرض نفسه على سلوك صاحبه . والعقل الباطن أو اللاواعى هو مخزون الأفكار والمشاعر والهواجس والمخاوف والتطلعات والآمال والآلام ... الخ التى لا يعرفها أو لا يدركها أولا يفهمها العقل الواعى ، لأنها كامنة فى مستوى عميق أو خفى أو معتم من

مستويات العقل ، ولا تبرز على السطح إلا إذا تم استدعاؤها عن طريق تداعى الأفكار أو الخواطر تطبيقًا لمبدأ الشيء بالشيء يذكر . أما العقل الواعى فهو الرقيب اليقظ الذى يعمل من خلال الأنا ، ويرصد ويحلل ويفسر فى محاولة متجددة ومستمرة لإدراك ما يمر به صاحبه من مواقف وأحداث وتجارب وخبرات ، من خلال الحواس الخمس التى تعتبر المنافذ أو البوابات التى تربطه بعالمه الخارجى .

وهناك طاقة أو قوى يرى فرويد أنها تلعب دورًا إيجابيًا للغاية فى قدرات العقل الواعى أو اللاواعى على حد سواء ، وهى التى يسميها «الليبيدو» libido ، وتمثل الحافز الحسى بصفة عامة ، والجنسى بصفة خاصة ، وتشكل الطاقة المحركة لكل القوى الحيوية التى تدفع الإنسان لتحقيق ما يرغب فيه من إنجازات . وللحقيقة والتاريخ فإن كبار كتاب ورواد الصحافة الصفراء ، لم يستندوا إلى نظرية فرويد أو استشهدوا بها فى كلمات مباشرة وصريحة ، خاصة جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست ، لكن تطبيق منهج تحليل المضمون على نماذج متنوعة ومختلفة مما نشرته هذه الصحف ، يدل دلالة واضحة على أن أفكار فرويد كانت فى خلفية هذه الصحافة التى عرفت «بالصحافة الجديدة» عند بدايتها .

وإذا افترضنا أن الصحافة القومية الجادة تحرص على التعامل مع «الأنا» و «الأنا العليا» بقدر الإمكان حتى تحقق المثل التى تنشدها ، فإنه يمكن القول بأن الصحافة الصفراء تتعامل مع «الأنا السفلى» و «الليبيدو» ، وهذه ليست وصمة فى جبينها ، لأنها طاقات لا يمكن تجاهلها ، بل إن آثارها وآلياتها ونتائجها يمكن أن تطغى على فعاليات «الأنا» و «الأنا العليا» . ولذلك سميت الصحافة الصفراء بالصحافة الجديدة لأنها لم تسر على نهج الصحافة التقليدية التى تتعامل مع قرائها فى ضوء النهار الساطع ، فى حين توغلت الصحف الصفراء فى كهف الرغبات والاحتياجات الحسية والغرائز والشهوات الدفينة المعتم والغامض الذى اكتشفه فرويد واخترق

فتحته لكل راغب فى معرفة الجانب المظلم من النفس البشرية . وهو الجانب المشترك فى كل البشر ، حتى فى هؤلاء الذين يرفعون من شأن «الأنا العليا» ، ويحكمون العقل الواعى اليقظ من خلال «الأنا» فى تصرفاتهم . وهم نسبة صغيرة إذا ما قورنوا بالذين يسلسون القياد «للأنا السفلى» و «الليبيدو» ، والذين يمثلون الأغلبية بين قطاعات الجماهير . ومن هنا كانت قدرة الصحافة الصفراء على أن تحظى بجمهور من القراء أضخم كثافة وعددًا من جمهور الصحافة التقليدية .

ونظرًا لأن «الأنا العليا» تسعى دائمًا لتقييد رغبات البشر وغرائزهم وشطحاتهم بأحاسيس الذنب والندم إذا ارتكبوا ما يتنافى مع مثلها العليا ، ونظرًا لأن «الأنا» تُعنى العقل الواعى اليقظ فى تحكمه فيما يدور حول صاحبه ويمر به ويتعامل معه ، فإنهما فى حاجة دائمة إلى جهد عقلى وفكرى . وهو نفس الجهد المطلوب من قارئ الصحيفة القومية الجادة المحافظة التى تتعامل مع عقله أساسًا . أما «الأنا السفلى» و «الليبيدو» فيتركان العنان لصاحبهما كى يتحرر ، ولو مؤقتًا ، من لجام الضمير الصارم الذى لا يسمح بأى انحراف ، ومن يقظة العقل الواعى المتمثل فى «الأنا» . ومن هنا كانت الصحيفة الصفراء للقارئ مثل الفسحة لتلميذ المرحلة الابتدائية عندما ينطلق إلى فناء المدرسة فى صياح طافح بالبهجة والتحرر . فإذا كانت الصحافة القومية المحافظة الرزينة هى بمثابة الفصل الدراسى المنضبط بالنسبة للقارئ ، فإن الصحيفة الصفراء بالنسبة له هى بمثابة الفسحة التى ينفس فيها عن مكبوتاته ، ومن هنا كانت الجاذبية أو الإغراء الذى تتمتع به فى نظره .

ومن الواضح أن الخصائص السيكلوجية للصحافة الصفراء هى التى منحتها شخصيتها التى تميزها عن الصحافة التقليدية ، سواء فى الوسائل المستخدمة أو الغايات المنشودة . فالصحافة التقليدية تسعى للوصول إلى عقل القارئ والتعامل مع منطقه بأسلوب مباشر ، حتى يلم بالحقائق الموضوعية والوقائع المطروحة بأسرع ما

يمكن ، كى يستطيع أن يكون رأيًا خاصًا به فى شأنها ، وغالبًا ما يكون هذا الرأى مطابقًا أو شبه مطابق للتصور الذى قدمه المراسل أو المحرر أو الصحفى ، لإيمان القارئ بأن صحيفته الجادة الوقورة لا تقدم له إلا كل ما يحترم عقله ويساعده على تلمس الحقائق والوقائع وإدراكها بأكبر قدر ممكن من الموضوعية . والدليل على ذلك أنها تتعامل مع عقله مباشرة ، ولا تسعى إلى إثارة انفعالاته وأحاسيسه حتى لا ينصرف عن مغزى ما يقرأه إلى متاهة ما ينفعل به شخصيًا ، لأن كل ما تهدف إليه هو أن تجعله يفكر وإن أمكن يتأمل ويحلل ويفسر ثم يكون رأيًا أو تصورًا عقلانيًا راسخًا وليس مجرد انطباع عابر وربما أهوج .

فى هذا الصدد ترى الصحافة الصفراء أن عالم الانفعالات والإحساسات ، عالم ثرى وخصب ومثير ، بل هو البوابة الوحيدة المؤدية إلى العقل ذاته . والإنسان ليس كيانًا آليًا بحيث يمكن الفصل ببساطة بين عقله واحساسه ، وبين تفكيره وانفعاله . بل إن الإنسان الذى يفترض فيه أنه يفكر بدون انفعال – وهذا فرض غير ممكن إلى حد كبير – هو إنسان غير مهتم بصفة شخصية بالموضوع أو القصة الخبرية التى يقرأها ، إذ لا يتعدى موقفه حدود العلم بالشىء ، وبالتالى فهو لا يحرص على تكوين رأى خاص به تجاهها . أى أنه لا يجهد نفسه فى التفكير ، وإنما يكتفى بتخزين المعلومات الواردة إلى عقله . ولذلك تحرص الصحف الصفراء على الدخول إلى قارئها من بوابة الحواس الخمس الرحبة والمثيرة . فإذا ماورد ذكر وردة فى القصة الخبرية ، فلا مانع من وصف لونها وشكلها ورائحتها ، وكأن القارئ يراها ويشمها فترسخ فى وجدانه وبالتالى عقله . وإذا ورد ذكر مأدبة على سبيل المثال ، فمن المثير وصف مذاق بعض الأطعمة والمشروبات بأسلوب قد يسيل له لعاب القارئ . وإذا ما احتوت القصة الخبرية علي حادث تصادم قطارين مثلاً ، فإن وصف الضجيج الرتيب لعجلات القطار على القضبان قبل لحظات وقوع الحادث ، ثم الضجة المروعة عند التصادم وخروج العربات عن القضبان ، يمكن أن يأسر لب القارئ ، برغم أن المراسل

لم يكن موجودًا عند وقوع الحادث . ولا يمكن أن يتهمه أحد بالكذب أو الخداع ، لأن ما يقدمه هو صورة طبيعية لما حدث برغم أنه استمدها من خياله وتصوره . وحتى حاسة اللمس يمكن للمراسل أو المحرر أن يتلاعب بها عندما يصف ملمس معطف من الفراء الثمين ترتديه حسناء ساحرة ، أو لوحًا من المسامير الحادة المدببة ينام عليه فقير هندى ، وغير ذلك من الصور الحسية التى تنطبع فى وجدان القارئ عبر البصر أو السمع أو الشم أو الذوق أو اللمس . فهى تعد بمثابة تجربة سيكلوجية ممتعة يصعب أن ينساها ، وقد يسترجعها بين حين وآخر . وهذا يعنى أن الصحافة الصفراء تلجأ إلى الأسلوب الأدبى التصويرى ، فى حين تقتصر الصحافة التقليدية على الأسلوب العلمى التقريرى المجرد الذى يلغى كل التفاصيل المادية الدقيقة ، ويسعى إلى قلب الموضوع أو القصة الخبرية من أقرب طريق . فالقصة الخبرية فى نظرها ليست عملاً دراميًا أو فنيًا ، وإنما هى عمل صحفى لابد أن يفى بمتطلبات العمل الصحفى التى ترسخت تقاليده قبل ظهور الصحافة الصفراء بأكثر من قرنين .

وتتجلى هذه التفرقة السيكلوجية بين الصحافة التقليدية والصحافة الصفراء فى أسلوب سرد الوقائع والحوادث والأحداث . فالحادثة التى تشغل ربع صفحة مثلاً فى الصحيفة التقليدية ، يمكن أن تشغل صفحة كاملة فى الصحيفة الصفراء من خلال التفاصيل الدرامية بل والخيالية التى يمكن أن تحولها من مجرد حادثة إلى دراما ساخنة ملتهبة . وقد لا يكون القارئ بالسذاجة أو السطحية التى يتصورها البعض عنه ، بحيث يعتقد أن كل ما يقرأه هو صورة طبق الأصل من الواقع . فمن المعروف أنه لا توجد صورة من هذا النوع حتى لو كانت صورة فوتوغرافية ، إذ إن العوامل البشرية تتدخل دائمًا لوضع بصماتها . وهذا القارئ قد يكون من الذكاء واللماحية بحيث يفرق فى القصة الخبرية بين ماهو واقع وبين ماهو خيال . وهو لا يشعر بأية إهانة لعقله ، لأنه يمكن أن يدرك أن للصياغة الصحفية أحكامها وأصول صنعتها . وهى أحكام وأصول صممت خصيصًا لمتعته ، وحتى لا تصبح القصة الخبرية مجرد مادة

جافة مجردة من عوامل التشويق ولا نقول الإثارة التى تعد التهمة الأولى الموجهة للصحافة الصفراء . ذلك أن الأسلوب غير المشوق لا يعد أسلوبًا أساسًا ، وإنما مجرد جمل مرصوصة تريد أن تتقيأ المعنى بأسرع ما يمكن (إذا ما استخدمنا الأساليب المجازية التى تتلاعب بها الصحف الصفراء) ، ذلك أن أساليبها زاخرة بالمجاز والتشبيه والاستعارة والكناية والرمز والصورة ... الخ . وهى تدرك جيدًا أن هناك بونًا شاسعًا بين الخيال والكذب ، وإلا وقعت كل الأعمال الفنية والأدبية ، مهما كانت رفيعة ، تحت بند الكذب لافتراقها عن الواقع المادى الملموس . صحيح أن هناك صحفًا صفراء ترتكب أبشع أنواع الكذب والخداع والتلفيق والاختلاق ، لكنها سرعان ما تدخل فى طرق مسدودة ، عندما يواجه كتابها أبشع الاتهامات فى قاعات المحاكم وكأنهم أصحاب سوابق . ونظرًا لأنه لا يصح فى النهاية إلا الصحيح ، فإن الصحيفة الصفراء المخادعة والمخاتلة غالبًا ما تقضى على نفسها بنفسها .

ومن الناحية السيكلوجية أيضًا تعتز الصحف التقليدية بأنها تلتزم بالأسلوب الجاد الصارم الذى تعتقد أنه يمنحها وقارًا ومهابة وهالة من الاحترام فى نظر قرائها . ولذلك تكاد تخلو من الكتاب الساخرين من ذوى الظل الخفيف وروح الدعابة والفكاهة ، فى حين تفتح الصحف الصفراء لهم أبوابها على مصاريعها ، لإدراكها أن كتاباتهم تشكل مركز جذب للقراء ، خاصة فى هذا الزمن الذى أصبح فيه الناس يلهثون أو يستجدون الضحكة الساخرة المريحة للأعصاب ، أو حتى الابتسامة التى تشعرهم أن الدنيا لا تزال بخير . وقد أدركت بعض الصحف العريقة أهمية وجود هذا العنصر على صفحاتها ، فأتاحت الفرصة لكاتب أو اثنين على أكثر تقدير لممارسة هذا النوع من الكتابة التى يعشقها الجمهور ، لكنها لم تسمح له أن يصبح سمة مميزة لها . ويكفى ذكر الكاتب الأمريكى الساخر مارك توين بصفته أحد رواد الصحافة الصفراء .

وهذا الوقار الذى تحرص عليه الصحف التقليدية ، انعكس على أسلوب تنسيقها للصفحات ، والذى لا يسعى إلى الاصطدام بعين القارئ ، أو يتلاعب بنسب التوازن بين العناوين الرئيسية ومساحات الصور والإعلانات والمادة المكتوبة . فليس هناك بروز غير عادى لعنوان أو صورة أو موضوع ، حتى لا يبدو نشازاً فى الإيقاع الرزين للصفحة . ذلك أن كل عناصر الصفحة مقننة طبقًا للتقاليد الصحفية التى ترسخت مع الزمن . أما الصحف الصفراء فتضرب بكل هذه التقاليد عرض الحائط ، لثقتها بأن التنسيق المثير للعين من شأنه أن يجعل صفحاتها جذابة للعيون التى لا تحب التكرار والرتابة فهى تؤمن بأن نفسية القارئ عبارة عن بركة راكدة وقد تكون آسنة ، ولابد من تحريكها حتى تكتسب حيوية تعيد إليها بعض النقاء ، وتتهم الصحافة التقليدية باصرارها على ابقاء الركود على ماهو عليه . فلا مانع من أن تضع الصحيفة الصفراء عنوانها الرئيسى أعلى اسمها اذا كان مثيرًا ، ولا مانع من نشر صورة تغطى الصفحة الأولى مع تعليق فى جملة أو اثنتين ، يضاعف من تشويق القارئ فيشترى العدد من البائع دون تردد ، ولا مانع أيضًا من نشر رسم كاريكاتير لاذع يمس قضية متداولة على الألسنة ، أو نشر شائعة سارية كالنار فى الهشيم بصفتها «مانشيت العدد» ثم تكذيبها فى السطور التالية وهكذا .

وإذا كانت الصحافة التقليدية تحرص على الفصل بين الخبر والرأى ، بحيث ينشر الخبر كتغطية لحدث معين دون أى تدخل شخصى من المخبر الصحفى ، كما ينشر الرأى على شكل مقالة أو تعقيب ، على مسئولية صاحبه ، كى يمكن القارئ من معرفة حدود هذا من ذاك ، فإن الصحف الصفراء تجد فى المزج بين الخبر والرأى مجالاً واسعًا لمراسليها ومحرريها ومخبريها كى يصولوا ويجولوا فى تشكيل فكر القارئ تجاه قضية معينة ، وبالتالى فإن علاقتهم به تصبح أكثر حميمية مما هى عليه فى الصحافة التقليدية . ذلك أن الصحافة الصفراء ترى أن المزج بين الخبر والرأى حتمية لا مهرب منها ، لأن المراسل أو المحرر أو المخبر ليس مجرد جهاز للتسجيل أو

للتصوير ، وإنما هو بشر يستوعب ويفكر ويحلل ويفسر ، ومجرد صياغته للخبر من زاوية معينة أو فى حالة نفسية خاصة ، هى فى حد ذاتها رأى له وإن كان غير مباشر . وسواء أكانت الصحيفة تقليدية أم صفراء ، يمينية أم يسارية ، محافظة أم متحررة ، فإن مجرد هذه الصفة التى تلتصق بها ، يعنى أن لها توجهًا أو لونًا ، أو فكرًا معينًا يسيطر على أسلوب تحريرها وصياغتها ، بما يعنى أيضًا أن لها رأيًا عامًا يتكون فى النهاية من الآراء الفردية للمراسلين والصحفيين والمحررين الذين يعملون فيها .

وينطبق التوجه نفسه على الصحافة التقليدية حين تفصل بين التحرير والإعلان ، وعلى الصحافة الصفراء حين تمزج بينهما . فالصحف العريقة والجادة لا تحتمل أية شبهة إعلانية فى موادها التحريرية لأنها لا تعنى سوى أنها رشوة مقنعة تمس نزاهة المحرر وصحيفته فى الصميم . لكن دهاء المحررين والعاملين فى الصحف الصفراء لا ينظر إلى الفصل بين التحرير والإعلان هذه النظرة المثالية لأن من السهل التلاعب بها بطرق خفية لا حصر لها . فليس من الضرورى أن يذكر المحرر اسم السلعة أو الشركة أو المصنع مباشرة وصراحة . ذلك أن أساليب التلميح التى تطبق مبدأ «واللبيب بالإشارة يفهم» يمكن أن تقوم بالمهمة بأسلوب أذكى وأبعد لماحية . ويمكن رصد هذه الظاهرة بسهولة فى الصحف القومية أو التقليدية ، بل إن القراء أنفسهم لا يجدون غضاضة فى ذلك لأن قضية الفصل بين الإعلان والتحرير لا تهمهم كثيرًا ، خاصة إذا التقطوا من المادة التحريرية سلعة مفيدة لهم . وقد لجأت بعض الصحف المحافظة إلى المقالة الإعلانية التى يكتبها خبير عن سلعة معينة ، وتدفع الشركة المنتجة لها مكافأة الكاتب وأجر الصحيفة دون أية حساسية على أساس أنه إعلان مدفوع الأجر وإن اتخذ شكل المقالة .

ونظرًا لأن الصحف الصفراء قد تحررت تمامًا من هذه الحساسيات ، فهى تمزج التحرير بالإعلان بشتى الوسائل . بل وأرست تقاليد وقواعد فى هذا الشأن ، تم الاتفاق عليها بين مجلس إدارة الصحيفة وهيئة التحرير من خلال تحديد نسب

المكافأة التى يحصل عليها كل طرف من الأطراف المعنية . بل وذهبت بعض الصحف الصفراء إلى تشجيع المحررين والكتاب على استقطاب أكبر عدد ممكن من المعلنين ، وكأنهم مندوبو إعلانات . ذلك أن كثيرًا من الصحف الصفراء يؤمن بمبدأ «الإعلان قبل الإعلام» ، وأن الصحيفة التى تفشل كتجارة لابد أن تفشل كرسالة . بل إن الإعلانات فى حد ذاتها يمكن أن تكون مثار بهجة للقراء ، خاصة من ذوى القدرة الشرائية . وكانت القدرة المالية لأية صحيفة تقاس فى الماضى بنسبة التوزيع والإعلانات على أساس أنهما الساقان اللتان تسير بهما ، أما الآن فقد أصبح الإعلان هو المصدر الرئيسى للتمويل ، لدرجة أن كثيرًا من الصحف أصبحت تبيع النسخة بأقل من سعر التكلفة .

ومن الناحية السيكلوجية فإن الصحف التقليدية أو القومية تحافظ على مصداقيتها بنشر الأخبار السيئة كما هى ، مهما جلبت من كآبة لقرائها ، إذ إنها تعتبر مسئولية ملقاة على عاتقها ولابد من الوفاء بها . فليس من وظيفتها التسرية عنهم وتسليتهم ، وإنما يتحتم عليها أن تقدم لهم الحقائق والوقائع الموضوعية بحلوها ومرها . أما الصحافة الصفراء فإنها تحرص دائمًا على الحلو والمبهج لقرائها ، بحكم أنها تتعامل مع «الأنا السفلى» أو «الليبيدو» بكل المباهج الحسية التى ينطوى عليها كل منهما . لكن لا يعنى هذا أن تتجاهل الصحيفة الأخبار السيئة ، وإنما تلجأ إلى نزع فتيل الكآبة باللجوء كعادتها إلى توابل الإثارة التى تستقيها أو تبتكرها أو تخترعها من هذه الأخبار القاتمة التى يمكن أن تصل بها إلى درجة الإثارة الميلودرامية ، فتجعل القارئ مثل المشاهد لفيلم مرعب مثلاً ، قد يشعر بالخوف ولكن دون اكتئاب .

ولعل من أهم الفوارق بين الصحافة القومية والتقليدية وبين الصحافة الصفراء ، أن الأولى تعتبر أن الحقائق والوقائع غايتها ، فى حين ترى فيها الأخرى

مجرد وسيلة لتكوين المجال السيكلوجى المثير الذى تحيط به قراءها ، وذلك بحجة أنهم سيتعرفون على هذه الحقائق والوقائع بطريقة أو بأخرى ، لكن جو الإثارة والمتعة والتسلية والهروب من الرتابة والملل والكآبة ، لن يتأتى إلا من خلال الأساليب الأدبية والفنية التصويرية ، والأجواء التى تنتقل بالقارئ إلى عالم مختلف تمامًا ، كأنه كهف من كهوف ألف ليلة وليلة ، والمواقف الدرامية الحادة التى تواجه فيها الشخصيات اختيارات مصيرية ، والانفعالات والإحساسات الجياشة المتدفقة عبر بوابات الحواس الخمس ، ودنيا الخيال التى لا حدود لها والتى تجعل من الواقع زقاقًا خانقًا ، مهما كان يحتوى على وقائع وحقائق موضوعية وحيوية ، وعالم الأدب الساخر من سلبيات المجتمع وما ينطوى عليه من روح دعابة ورسوم كاريكاتير لاذعة تثير ضحكات القراء ومشاعر البهجة داخلهم . ومن هنا كان إصرار الصحف الصفراء على توفير هذا الجو السيكلوجى الرحب والمريح لقارئ أنهكته دوامة الحياة اليومية ، وفى زمن تتدفق فيه القنوات الفضائية بطوفان من المعلومات التى تغرقه بلا رحمة ، بحيث أصبح العكس هو المنشود : أى فترات من الراحة والاستجمام والاسترخاء بعيدًا عن هذه الأوتار المعلوماتية المشدودة لدرجة أنها أصبحت على وشك التمزق . وسرعان ما قدمت الصحافة الصفراء نفسها كوسيلة إعلامية قادرة على أن توفر له هذه الفترات من الاسترخاء الذى يفتقده تمامًا .

ويخطئ من يظن أن خبراء الصحافة الصفراء لا يملكون منهجًا علميًا للتأثير المقصود فى القارئ ، وأن عملهم يتركز فى مجرد الضرب العفوى على أوتار الإثارة الحسية الغريزية داخله . وهذا المنهج تكون وتبلور من خلال تجاربهم وخبراتهم التى خاضوها بجرأة يحسدهم عليها خبراء الصحافة التقليدية . صحيح أن الصحافة ، فى كثير من الأحايين ، كانت فى نظرهم وسيلة للربح التجارى المتزايد ، لكن من يدرس أصول صنعتهم منذ بوليتزر وهيرست ، يدرك أنهم كانوا على وعى بالعلوم الإنسانية الحديثة ، خاصة علوم النفس والاجتماع والاقتصاد ، لتوظيفها فى إرساء

مشروعاتهم على أساس متين ، وإن كانوا لم يصرحوا بذلك كما لو كان ذلك أمرًا مفروغًا منه ولا يحتاج إلى تأكيد .

فقد استفادوا من علم النفس فى تحسس الأوتار النفسية المشدودة داخل القراء لتحديد نوعية العزف المناسب عليها ، ولعب دور يختلف عن ذلك الذى تلعبه الصحافة التقليدية ، حتى لا تكون صحفهم تكرارًا لأساليبها . فإذا كانت الصحافة التقليدية تشحن الناس بمعطيات الواقع مهما كانت كئيبة ، ويمكن أن ترسب داخلهم عوامل الكبت المثيرة للانقباض والتشاؤم والضيق الاجتماعى العام ، بالإضافة إلى المشاعر السلبية التى تنتابهم بصفة شخصية ، فإن الصحافة الصفراء تقوم بتفريغ هذه الشحنات من خلال الأسلوب الأدبى التصويرى الذى يعيدصياغة الواقع بأدوات الخيال وآفاقه البعيدة عن وطأة كابوس الواقع . ومن هنا كان اهتمام الصحافة الصفراء بعلم النفس وعلم الاجتماع فى الوقت نفسه . أما علم الاقتصاد فله أهمية حيوية وخاصة عند المسئولين عن التوزيع والإعلانات ، إذ بدون الاسترشاد بقواعده وأصوله فإن الصحيفة يمكن أن تجد نفسها فى طرق مسدودة لا مخرج لها منها إلا بإعلان إفلاسها واغلاق أبوابها .

أما من الناحية السيكلوجية التى تهمنا فى هذا الفصل ، فإن الراحة النفسية التى يمارسها القارئ فى الوقت الذى يقضيه مع صحيفته الصفراء المفضلة ، قد تجعل علاقته بها تصل إلى درجة الإدمان . ولذلك تفنن خبراء الصحافة الصفراء فى تقديم منافذ عديدة ومتنوعة للتفريج عن الكبت الذى يعانيه ، قد يكون بعضها مرفوضًا بحجج أخلاقية وذرائع تربوية ، لكن هناك منافذ تنطلق منها الأفكار الساخرة ، والرسوم الكاريكاتيرية ، والموضوعات الفكاهية ، وروح الدعابة ، والاعترافات والمذكرات المثيرة وغير ذلك من الأساليب التى تخفف من وطأة القلق والاكتئاب على القارئ ، وتحافظ على توازنه وهدوئه الانفعالى ، وتمنحه شعورًا بالطمأنينة ، وتبدد بعض الإحساس بالحصر الناجم عن الصراعات النفسية الداخلية ، وتسهل ارضاء بعض الرغبات التى

لا يقبلها الوعى بحالتها الطبيعية ولا يمانع فى إشباعها إذا جاءت بشكل مستتر ، وغير ذلك من أوجه العلاج الذى يقدمه الطبيب النفسانى لمرضاه الذين وقعوا تحت ضغوط الحياة المعاصرة المتزايدة وايقاعاتها اللاهثة التى لا تمنحهم فرصة التأمل والتفكير المتأنى لإعادة حساباتهم وتحديد مساراتهم الجديدة فى تفاؤل يجدد من حيويتهم .

لقد تفننت الصحافة الصفراء فى تقديم هذا الجو المفعم بالتفاؤل ، بل وتطرفت بعض الصحف لدرجة أنها لجأت للخيال الجامح بل والكذب والتلفيق لخلق عالم من الوهم الجميل والمثير ، لتعويض القراء عن عالمهم الممل والكئيب . وبصرف النظر عن وعى القراء بهذه التفسيرات السيكلوجية لأثر الصحافة الصفراء فيهم أو عدم وعيهم ، فإنهم يشعرون أن الصحف الصفراء تجذب لهم من السعادة والتفاؤل ما تعجز عنه الصحف التقليدية التى يمكن أن تشحنهم بالاكتئاب والتشاؤم واليأس من تحقيق حياة أفضل ، نتيجة لوطأة الواقع الثقيل الجاثم على كواهلهم ، بل وتزيد من عمليات الصراع النفسى والكبت بدلاً من تنظيمها والتنفيس عنها كما تفعل الصحف الصفراء .

ويبدو أن خبراء الصحافة الصفراء قد أدركوا منذ مراحلها المبكرة التى واكبت اكتشافات علم النفس ، أنه يكفيها نجاحًا لو استطاعت أن تخفف من وطأة الكبت والصراع النفسى داخل قرائها . ذلك أن الكبت عملية عقلية يلجأ إليها الفرد ليتجاوز بها شعور القلق والضيق الذى يعانيه بسبب تفاعل عوامل متضاربة القيم والأهداف داخله . وبهذه الوسيلة يستطيع أن يبعد عن إدراكه الواعى تلك الرغبات والدوافع والحاجات التى لا يتفق تحقيقها مع القيود التى تكونت فى نفسه على شكل مثل وقيم وتقاليد . وهذا التجاوز أو الإبعاد لها هو كبتها فيما يسمى باللاوعى ، بحيث يضمن الفرد لنفسه حالة من الهدوء العقلى والاستقرار النفسى ، نتيجة لسيطرته على انفعالاته ، ومثل هذا الهدوء والاستقرار والسيطرة ، ضرورة تتطلبها طبيعة الجهاز العصبى للإنسان ، وهو جهاز لا يحتمل الإثارة المتصاعدة أو

الدائمة الناتجة عن الصراع الدائم بين عوامل متضاربة ، كما لا يحتمل الفشل الدائم والناتج عن الاخفاق فى إرضاء الإثارات المتعاقبة التى ترد عليه من الداخل أو الخارج . من هنا كانت ضرورة عملية الكبت كوسيلة تمكن الجهاز العصبى من نفى أو تحييد حالة الصراع هذه ، مما يؤدى إلى تجاوزها ونسيانها ، وبذلك تصبح بعيدة عن حدود التأمل والتذكر مما يجنب الفرد الشعور بالقلق الذى يتولد من بقائها واعية ظاهرة وبالتالى مسيطرة على تفكير الفرد وسلوكه .

وتبدأ عملية الكبت فى حياة الفرد منذ الطفولة كعملية واعية تحتمها تجارب المقاومة والنهى التى يتعرض لها الطفل كلما ابتعد فى تحقيق حاجاته البيولوجية عن الحدود المقبولة ، ومع الأيام تصبح هذه العملية غير واعية وغير إرادية ، وتتم بشكل تلقائى دون علم الفرد وتوجيهه . غير أن الفرد يظل محتفظًا بقدر واسع من الوعى والإدراك لطبيعة العوامل والتجارب التى لا تتوافق مع مثله ومثل المجتمع ، فإذا ورد منها شىء أحس بوعيه بالصراع بين الرغبة فيها والخطر من تحقيقها مما يدفعه عادة إلى تجنبها وإغفالها أو تبديدها وإبعادها . وكل هذه عمليات واعية من الكبت ، لكن الجزء الأكبر من عمليات الكبت يتم على مستوى اللاوعى . وهذا أمر محتمل دائمًا نتيجة لاعتماد هذه العمليات على حالات الصراع النفسى وهى غير واعية فى معظمها .

والتجارب المكبوتة لا تقتصر على الدوافع المتضاربة التى يتعذر تصريفها بالتنفيس عنها ، وإنما يكبت معها الشعور أو الانفعال الناجم عن الفشل فى تحقيقها ، سواء أكان هذا الشعور على شكل ألم أو غيظ أو يأس أو قلق أو إحباط ... الخ . وقد سميت التجربة المكبوتة مع ما اتصل بها من إطار لا شعورى بالعقدة النفسية . لكن كبت العقدة بإبعادها عن مجال الوعى ، لا يفقدها قوتها المستمدة من طبيعة الأسباب والعوامل والدوافع التى حركتها منذ البداية ، ومن الآلام والإحباطات المترتبة على الفشل فى تحقيق هذه العوامل وإشباع هذه الدوافع ، بل تظل محتفظة

بهذه القوة التى تظل فعالة تحت ستار ظاهرى من الهدوء . وبذلك تحدث أثرًا عميقًا فى تفكير الشخصية ومظهرها السلوكى وتوجهاتها المعنوية والروحية .

وبحكم أن عملية الكبت تبدأ فى الطفولة ، فإنها ذات اتصال وثيق بعملية الصراع بين الرغبات من جهة وبين إمكانات تحقيقها من جهة أخرى . ولا شك أن عملية الكبت تؤدى عدة وظائف ، منها تجنب الطفل للعقاب ، وتبديد الألم أو الإحباط الناتج عن الفشل فى إرضاء رغباته وإشباعها ، وتنظيم سلوك الطفل وحياته الفكرية فى إطار القيم المتعارف عليها فى المجتمع الذى يعيش فيه . لكن المشكلة أن عملية الكبت قد تصبح قاعدة فى حياة الطفل بسبب ماقد يتعرض له من عوامل النهى من أسرته أو مدرسته أو مجتمعه بصفة عامة . وعندما يحدث ذلك فإن الطفل يتشكل نفسيًا بأسلوب يمنعه من التصرف الطبيعى التلقائى حتى بالنسبة للرغبات التى لا تنطوى على أى حرج فى تطبيقها أو تحقيقها . وهو أسلوب يؤدى إلى عمليات إضافية من الصراع والكبت ، ومع استمرار هذه العمليات فإن أساسًا شاذًا من التكوين النفسى ينمو فى شخصية الطفل ، مما يؤدى بدوره إلى تحديد أو تشكيل طبيعة التفاعلات النفسية ومساراتها التى تشق طريقها فى المستقبل .

وبسبب هذه الحقائق أو الحتميات ، أكد علماء النفس التحليليون أن عملية الكبت تعد أهم عملية عقلية فى التكوين النفسى للفرد ، فهى فى نظرهم الأساس الذى بنى عليه العمليات النفسية المختلفة ، وهم يردون المشكلات النفسية المختلفة التى يعانيها الفرد فى حياته إلى أسس من الكبت ترسخت فى زمن طفولته . وقد تكون فى ذلك الرأى العلمى مبالغة ، لأن عملية الصراع تحدث باستمرار وفى جميع مراحل العمر ، ومع ذلك فهناك الكثير من الصحة فى هذا الرأى ، إذ ثبت أن صراعات الطفولة وما يصاحبها من كبت هى أهم أثرًا وفعالية من غيرها فى تكوين الشخصية ، لأنها تحفر مسارات للانفعال والتفكير والسلوك ، يصعب تبديلها أو تغييرها إلى آفاق مختلفة فى المستقبل .

ومن الواضح أن خبراء الصحافة الصفراء يدركون هذه الحقائق أو الحتميات فى اخراجهم لصحفهم . ومن يحلل مضمونها ويدرس أسلوب إخراجها ، يدرك بسهولة أن موضوعاتها تضرب على الأوتار الحساسة المشدودة داخل قرائها منذ طفولتهم . ولعل هذا هو السبب فى اتهامها بالتفاهة والسطحية والخفة الزائدة على الحد ، نتيجة لأنها تمارس اللعبة الصحفية بأسلوب مختلف يمنح أو يتيح لقرائها الكبار الناضجين متعة بممارسة ألعاب الأصغر سنًا ، أو حتى اللعب معهم ، لأن هذا من شأنه العودة أو الاقتراب من منابع الطفولة داخلهم . وهى منابع متدفقة بالأخيلة والأحلام والشطحات التلقائية والعفوية التى تجعلهم ينطلقون خارج أسوار الكبت القديم ، مما يمدهم بارتياح نفسى قد يصعب عليهم الحصول عليه من مصادر أخرى . ومن هنا كان حرص الصحافة الصفراء على المداعبة المستمرة لخيال قرائها وإثارة انفعالاتهم الطاردة للملل والرتابة بل والكآبة من حياتهم . ولذلك فإن وظيفتها هى وظيف سيكلوجية أساسًا ، وهذه وظيفة ليست هينة أو عابرة إذا ما قورنت بالوظيفة المعلوماتية التى تنهض بها الصحافة التقليدية التى تهتم بما يعرفه القراء ، فى حين تركز الصحافة الصفراء على ما يشعرون به . وقد تزيد خطورة الشعور فى أثرها العميق والحاسم عن تأثير المعلومات فى نفوس القراء فى كثير من الأحايين . ذلك أن المعلومة العامة يمكن تخزينها فى العقل دون تأثير واضح فى سلوك الفرد ، أما الإحساس متى تسلل أو تسرب إلى وجدان القارئ ، فإنه يمكن أن يصبح أحد محركاته الأساسية .

ويمكن اعتبار الصحف الصفراء من الوسائل السيكلوجية التى تساعد على التقليل من حالة الحصر الداخلى الناجم عن الصراع النفسى المكبوت ، لأنها تعتبر وسيلة للتنفيس عندما تسمح بالتعبير عن بعض عوامل الصراع بشكل غير مباشر وتعطى مخرجًا رمزيًا وحضاريًا مقبولاً لرغبات الفرد المكبوتة . ويتم ذلك كما هى الحال فى عملية الكبت بشكل تلقائى غير واع لا سيطرة للفرد على توجيهه ،

وبالتالى يمكن أن تقى القارئ من الشعور بالقلق أو الاكتئاب ، وتحافظ على توازنه وهدوئه العاطفى ، وتمنحه شعورًا بالارتياح والطمأنينة ، وتبدد بعض الشعور بالحصر الناجم عن الصراعات النفسية ، وتقدم حلاً وسطًا ومقبولاً بين الدوافع الملحة التى لا يمكن تحقيقها ، وبين المثل والقيود التى تمانع فى تحقيقها ، وتسهل إشباع بعض الرغبات التى لا يقبلها الوعى على حالتها الطبيعية ولا يمانع فى ذلك إذا جاءت بشكل مستتر . ولذلك تقدم الصحف الصفراء أنواعًا متعددة ومتنوعة من التنفيس الرمزى والهادئ عن الصراعات النفسية المكبوتة التى قد تبرز بأشكال غير حضارية ، إذا لم تتح لها وسائل التنفيس السيكلوجى مثل تلك التى تمارسها الصحف الصفراء .

ونظرًا للقصص الخبرية والموضوعات المتعددة والمختلفة والمتنوعة التى تتناولها الصحف الصفراء بشتى الأساليب الجذابة والمثيرة والساخرة والفكاهية والغامضة ، فقد استطاعت هذه الصحف من خلالها أن تمد القراء بمعظم الوسائل السيكلوجية التى تنفس عن مكبوتاتهم التى يمكن أن تبهظ كواهلهم فتؤثر بالسلب على تفكيرهم وسلوكهم فى حياتهم الومية . فمن المعروف أن الشخص الذى يضحك ، ويسخر ، ويلقى النكات ، وينطلق فى تعليقاته وتعقيباته بلا حرج أو حساسية ، أكثر قدرة على التعامل مع الحياة وتقلباتها من الشخص المتحفظ الذى اعتاد قراءة الصحيفة المحافظة . ذلك أن الصحف الصفراء تمد قراءها بأساليب التقمص أو التشبه ، والتعويض ، والتبرير ، والاستبدال ، والتصعيد ، والانفصال ، والفانتازيا أو الأحلام ، وهى كلها أساليب كفيلة بامتصاص صدمات الحياة اليومية أو التخفيف من ضغوطها المتصاعدة التى يمكن أن تدخل القراء فى طرق مسدودة ، وحلقات مفرغة ، ومتاهات جانبية . وتعد الصحف الصفراء بخفتها ومرحها وألاعيبها المثيرة من الوسائل الفعالة الكفيلة بإخراجهم منها ، حتى لو كان خروجًا مؤقتًا ، لأنه يكفى

أن تخفف من مشاعر الإحباط واليأس والضيق والكآبة التى تجتاحهم ، بحيث يستطيعون رؤية الحياة فى ضوء يوحى بالتفاؤل والثقة بالنفس .

فمثلاً هناك قصص خبرية وموضوعات وتحقيقات تمد القارئ بعملية التقمص أو التشبه - خاصة إذا كان فى سن الصبا أو الشباب - والتى تعد مخرجًا لحالة الصراع النفسى الذى ينهشه من الداخل دون أن يفصح عنه ليتخلص منه . ففى هذه الحالة يجعل القارئ من نفسه على صورة الشخصية الجذابة أو المرموقة أو المشهورة التى يقرأ عنها . وهذا يتطلب استعارة غير واعية لخصائص شخصية الآخر إلى نفسه ، وتشمل هذه الخصائص السلوك والأفكار والانفعالات العاطفية التى تثيرها المواقف التى تمر بها الشخصية . وقد يبدو لأول وهلة عدم وجود اختلاف بين مواد الصحافة الصفراء ومواد الصحافة التقليدية ، وهذا صحيح إذا كانت المواد مستقاة من نفس المصادر ، لكن الاختلاف النوعى والأساسى بينهما أن الصحف الصفراء تعالج هذه المواد كما لو كانت مضامين لأعمال فنية ودرامية مثيرة كفيلة بنقل القارئ إلى حالات نفسية مختلفة وقادرة على تحريك بركة الملل والرتابة والكآبة ، فى حين أن الصحافة التقليدية تتوجه مباشرة إلى عقل القارئ لإمداده بالمعلومات اللازمة ، مما يضع حاجزًا بين الشخصيات الواردة فيها وبين القارئ فلا يجد حافزًا نفسيًا للتقمص أو التشبه أو التوحد مع إحداها .

إن عملية التقمص أو التشبه أو حتى التوحد ، تؤدى أغراضًا كثيرة وتعتبر وسيلة هامة لتحقيق الرغبات التى لا يستطيعها القارئ بنفسه ، فيقتنع بتحقيقها فى حياة الآخرين ويستعيرها لنفسه كأنه قام بها . وتتجلى عملية التقمص أو التشبه أو التوحد فى مظاهر المحاكاة سواء فى التفكير أو السلوك ، وتعلق الفرد بغيره خاصة إذا كان من الأبطال . لكن خطورة هذه العملية تبرز فى حالات القصص الخبرية التى تدور حول الشخصيات الإجرامية التى قد ينبهر القارئ المراهق أو الشاب

بجرأتها البالغة وقدرتها الفائقة على تحدى المجتمع بأسره ، ومتابعة القراء لما تفعله مثل متابعتهم لمسلسل مشوق ومثير . وقد يتحول هذا الانبهار إلى محاكاة فعلية ، خاصة إذا كان المراهق أو الشاب قد حاول أن يثبت وجوده فى مجالات أخرى وفشل . لكن هذه المحاكاة بصفة عامة تجسد نزعات التعاطف الاجتماعى والإحساس بمشكلات الآخرين من خلال توحد الفرد بغيره وقدرته على أن يضع نفسه مكان الآخرين وفى ظروفهم . وربما كانت عمليات التقمص أو التشبه أو التوحد من أهم العمليات النفسية غير الواعية من حيث تأثيرها فى تكوين خصائص الشخصية ، وفى بناء كيان المثل والقيم التى يواجه بها الفرد المؤثرات الخارجية فى المجتمع والدوافع الداخلية فى نفسه . ولا شك أن القصص الخبرية والموضوعات والتحقيقات التى تصوغها الصحف الصفراء بطريقة جذابة ومثيرة ، هى سلاح ذو حدين ، إذ يمكنها تعديل سلوك القارئ إلى الأفضل فيصبح إيجابيًا ومثمرًا أو إلى الأسوأ فيصبح سلبيًا ومدمرًا ، وذلك من خلال اختيار الزاوية التى يُعالج منها الموضوع ، وأسلوب الصياغة والإخراج الصحفى ، وغير ذلك من أساليب تشكيل فكر وسلوك القارئ تجاه القضايا المطروحة ، إذ إن العبرة ليست بنوعية القضية وإنما بأسلوب معالجتها .

ومن العمليات النفسية الأخرى التى تمارسها الصحف الصفراء عملية «التعويض» ، ويقصد بها محاولة القارئ للتعويض عن شعوره بالنقص ، سواء أكان هذا النقص فعليًا أم متوهمًا ، وسواء أكان جسميًا أم نفسيًا أم ماديًا . وفى القصص الخبرية المثيرة ، يمارس القارئ عملية التعويض كمحاولة غير واعية للارتفاع إلى المستوى الذى وضعه لنفسه ، أو الذى فرض عليه من علاقته بالآخرين . وقد تدل محاولة التعويض على حاجة الإنسان الكامنة للعطف والاهتمام والقبول من الآخرين . وفى أحايين كثيرة يأتى التعويض عن الشعور بالنقص بنتائج إيجابية

بناءة ، تعزز مكانة الفرد فى المجتمع . وإذا كان مبدأ «خير الأمور الوسط» ينطبق على الحياة بصفة عامة ، فإن ينطبق على الصحافة الصفراء بصفة خاصة . فعندما تتطرف القصص الخبرية وتبالغ فى عمليات التعويض ، فإنها تأتى بنتائج سلبية يمكن أن تؤدى إلى ظهور الاضطرابات السلوكية المختلفة . وقد يدفع الشعور بالنقص إلى التعويض عنه بتقمص مرض معين كوسيلة لجذب الاهتمام من الآخرين أو السيطرة على حياتهم من ناحية أخرى .

وهناك أيضًا عملية «التبرير» التى يحاول القارئ من خلالها إعطاء أسباب مبررة لسلوكه بشكل معين ، تهدف أساسًا إلى اقناع نفسه بصواب مسلكه . وهناك فى القصص الخبرية ما يرى فيه مبررًا لما قد كان يعانى منه . وهى بهذا الشكل وسيلة دفاعية ترمى إلى محافظة القارئ على احترامه لنفسه وتجنبه لشعور الإثم ، وتمنحه شعورًا بأن ماقام به قد جاء بناء على تفكير ارادى منطقى معقول مع أنه كان فى حقيقته استجابة لدوافع غير واعية . لكن الخطورة تكمن فى أن التبرير قد يكون لأعمال غير أخلاقية أو منافية للتقاليد التى ترسخت فى كيان المجتمع ، وقصص الحوادث والجرائم حافلة بمثل هذه الأعمال ، ويمكن أن تغرى ضعاف النفوس باتخاذ ما يجرى فيها مبررًا لما ارتكبوه أو على وشك ارتكابه ، خاصة إذا كان مكتوبًا ومصاغًا بأسلوب براق وجذاب . وهذا خطأ من تلك الأخطاء التى يمكن أن ترتكبها الصحف الصفراء عندما تندفع لاهثة وراء التشويق والإثارة ، وتنسى الآثار الأخلاقية والتربوية والسيكلوجية السلبية والسيئة التى يمكن أن تترتب على الصياغة المثيرة والمبهرة لأعمال إجرامية .

كما توفر الصحف الصفراء عملية «الاستبدال» لقرائها الذين قد يجدون فى قصصها الخبرية ومعالجاتها الصحفية أسبابًا أو شخصيات أو مواقف تمكنهم من استبدال هدف أو غرض أو عاطفة لا يمكن قبولها على حالها ، بشىء آخر يمكن قبوله . وفى هذه العملية يكون هذا الشىء الجديد أقل ضررًا وإيذاء لنفسية القارئ

الذى يعانى من مرض نفسى ناتج عن كبت هذا الصراع النفسى . وتساعد عملية التبديل هذه فى التقليل من شعور الاحباط والحصر الناجم عن الفشل فى تحقيق هدف معين ، بتقديم بديل يعطيه بعض الإشباع لحاجاته . ويرى علماء النفس أن كثيرًا من الأعراض النفسية والعقلية التى قد تتولد من الاحتكاك بأفكار مثيرة أو مواقف جديدة ، حقيقية أو خيالية ، تحقق نوعًا من الإشباع الرمزى أو الإيهامى كبديل عن حاجات أخرى أساسية لا يستطيع الفرد الحصول عليها بالوسائل الواقعية أو الطبيعية . وأحيانًا يلعب الإيهام دورًا أعمق تأثيرًا من الواقع ، بل ويمكن أن يتحول إلى واقع راسخ وفعال داخل صاحبه .

كذلك تساعد الصحف الصفراء قراءها على ممارسة عملية الإعلاء أو التسامى ، التى تساعدهم على تحويل دوافعهم ورغباتهم غير المقبولة إلى مجالات مقبولة شخصيًا واجتماعيًا . ويلجأ إليها معظم الناس بدون توجيه من وعيهم لتحقيق الرغبات الكامنة فيهم والتى لا يمكن تحقيقها بشكل طبيعى مقبول . وتعتبر الأعمال الأدبية والفنية ، ومنها القصص الخبرية والموضوعات التى تصوغها الصحف الصفراء بأسلوب تصويرى مثير ، من مظاهر الإعلاء أو التسامى بدوافع النفس الداخلية ، وكثيرًا ما تدل هذه المظاهر على طبيعة هذه الدوافع . فبدلاً من أن يغرق القارئ بين طيات همومه واحباطاته وأحاسيسه بالعدم والتشاؤم والضياع والاكتئاب ، يجد نفسه منطلقًا إلى آفاق زاخرة بالصور الخيالية المبهرة والأجواء التى تخرجه من دائرة ذاته الضيقة وربما المعتمة إلى الغوص فى حياة الآخرين لاستخراج معانيها ودلالاتها . وربما كانت القراءة الممتعة بالنسبة للقارئ ، مثل العملية الإبداعية بالنسبة للأديب أو الشاعر أو الفنان ، إذ لوحظ أن توقف أى منهم عن القراءة أو الابداع ، يمكن أن يؤدى إلى زيادة صراعاته الداخلية مما قد يصيبه بأمراض نفسية هو فى غنى عنها . وقد أدرك علماء النفس التحليليون أهمية الإعلاء أو التسامى كوسيلة لتبديد الصراعات الداخلية وتحويلها إلى مجالات مفيدة وسليمة ومقبولة

شخصيًا واجتماعيًا ، كما أنها تمكن الفرد من التحكم فى هذه الصراعات ، وإضعاف سيطرتها على الوعى .

وإذا كانت الصحف الصفراء تفرد صفحاتها للصياغات الخيالية المثيرة التى تتلاعب بالواقع وتضعه تحت أضواء جديدة ومثيرة ، فيبدو كأنه عالم آخر ، فذلك لإدراك كتابها ومحرريها بأن الفانتازيا أو الأحلام أو الخيال ، جزء هام وحيوى من الحياة العقلية للإنسان ، وطاقة تعمل جنبًا إلى جنب مع التفكير الواقعى . ويعتبر الخيال وسيلة للتخفيف من وطأة الواقع على وعى الفرد ، كما أنه يشبع بعض الدوافع التى لا يمكن اشباعها فى الواقع . ولذلك فإن الخيال يأتى كوسيلة لانقاذ الفرد من الحيرة والضياع والارتباك الذى قد يصيبه فى أثناء احتكاكه بالواقع. ومثل أى عنصر من عناصر الحياة ، فإن الخيال يجب أن يكون طبيعيًا بمعنى أن يكون قابلاً للانضباط من التفكير الواقعى للفرد . وإذا تعذر هذا الضبط ، فإن الفرد قد يمعن فى استبدال الواقع بالخيال والتوغل فى متاهاته . وهناك درجات من التخلى عن الواقع منها أحلام اليقظة والتفكير الفانتازى الذى ينطلق بالإنسان من مرحلة الخيال إلى دنيا الوهم ، بحيث يمعن الفرد فى الخيال ، فاقدًا الصلة بين نقطة الابتداء والانتهاء فى تفكيره . وفي الحالتين يكون التخلى عن الواقع واستبداله بغيره وسيلة لحل الصراع النفسى ، مما قد يدفع بالمرء بشكل متزايد ومستمر إلى التخلى عن الواقع واستبداله بالخيال . وإذا حدث ذلك فإنه يعنى انقطاع صلة الفرد مع واقع الحياة ، وهذا ما يحدث لبعض الأفراد الذين يتصفون بالشخصية الانطوائية أو الانعزالية ، وقد يؤدى ذلك فى النهاية إلى الإصابة بمرض الشيزوفرانيا إذا كان هناك استعداد له . وكانت الصحف الصفراء واعية بهذه الحقائق ، بحيث حرصت دائمًا على ربط قارئها بواقع مجتمعها وعالمها المعاصر ، برغم لجوئها إلى الخيال الأدبى والتصويرى والساخر بهدف رؤية هذا الواقع فى ضوء جديد قد لا يكون متاحًا للصحافة التقليدية .

وإذا كان القارئ فى نظر الصحافة الصفراء عبارة عن كيان ديناميكى من الانفعالات والأفكار والمشاعر على اختلاف أنواعها، فإنه فى نظر الصحافة التقليدية كيان عقلانى، ومعمل لتحليل الأفكار، ومخزن لها لاستخدامها عند اللزوم. ولذلك فإن مهمة الصحافة الصفراء ليست تلقائية أو عفوية كما قد يتصور الكثيرون، بل هى غاية فى الحساسية لأنها تتعامل مع متغيرات متجددة دائمًا، سواء على مستوى قرائها بصفة خاصة، أو مستوى مجتمعها وعصرها بصفة عامة. وإذا لم تضع هذه الاعتبارات فى حسبانها، فإنها يمكن أن تضل طريقها بعيدًا عن قرائها. ذلك أن التأمل فى هذا الواقع النفسى المضطرب والمتقلب، يؤكد أن القارئ نفسه معرض لنزاع مستمر بين دوافع متضاربة فى طبيعتها، ومتناقضة فى أهدافها. وتبدو النفس وكأنها منقسمة على ذاتها، خاصة عندما تحاول تحديد الهدف الذى تحب أن تحققه: الرغبة أو المنع، الحب أو الكراهية، التعدى أو التسامح، القبول أو الرفض، الطاعة أو التمرد، المواجهة أو الهروب ... الخ. ولو استطاع الفرد أو القارئ أن يعى متناقضات هذا الصراع، لوجد نفسه مدفوعًا فى آن واحد إلى تضارب شديد بين العاطفة والفكر، ولأدى ذلك إلى حالة من الضيق والقلق والاكتئاب والتوتر وعدم الاستقرار. ولذلك فإن فى مقدمة مهام الصحافة الصفراء أن تسعى إلى إقامة نوع من التوازن بين هذه الدوافع والأهداف المتضاربة، وأيضًا راحة الفكر واستقراره، والهدوء أو الارتياح النفسى فى الداخل، وعملية التكيف مع المحيط الاجتماعى من الخارج، وغير ذلك من العمليات التى تسعى للتوفيق بين هذه الدوافع والأهداف المتضاربة من خلال ترسيخ عوامل الاشباع والإعلاء والتسامى والتعويض والتبرير والطمأنينة، والحلول الوسط المقبولة، والسيطرة على الصراعات النفسية. وعمليات التوفيق والتوازن هذه، مثل عمليات الصراع، دائمة ومستمرة الوسائل والأساليب والحيل التى تمتلكها الصحافة الصفراء لتحقيقها كثيرة ومتعددة، بحكم الحرية التى تتمتع بها سواء على مستوى المضمون أو الشكل.

فهى لا تعتبر القارئ تلميذاً نجيبًا فى فصل دراسى منتظم ، وإنما مُشاهد للعبة مشوقة مثيرة أو مشارك فيها بانفعالات قد تزداد سخونة على تلك التى أثارها المحررون والكتاب وغيرهم من صانعيها . وهذه الخاصية السيكلوجية هى التى جعلت الصحافة الصفراء صحافة البسطاء والمطحونين والمهمشين الذين يلهثون وراء أى شىء يشيع لمحات أو ومضات من المرح أو الإثارة الطاردة للكآبة والإحباط من حياتهم ، حتى لو كان للحظات عابرة . ومع ذلك فهى إثارة لا تخلو من فكر ورؤية ثاقبة ، إذ من المستحيل فصل الفكر عن الانفعال . والدليل على ذلك أن المثقفين فى أحايين كثيرة لا يستطيعون أن يمنعوا أنفسهم من قراءة الصحف الصفراء .

الفصل السادس

الإعلان قبل الإعلام

إذا كانت الولايات المتحدة قد شهدت ميلاد الصحافة الصفراء فى مدينة نيويورك فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، فإنها قبل ذلك بقرن شهدت تبلور فن الإعلان الصحفى فى نيويورك أيضًا ، فقد قال جيمس كيرى أستاذ الصحافة الدولية فى جامعة كولومبيا :

«فى عام ١٨٠٠ كان الاسم المتداول للصحافة أو الصحيفة الأمريكية هو «المعلن» . ويجب أخذ هذه التسمية بالمعنى الحرفى للكلمة ، لأنه لم يكن يُقصد بالإعلانات ، المساحة المخصصة لها على صفحات الصحيفة ، وإنما الصحيفة نفسها التى «هدفها واحد» ، أو قل إن واحدًا من أهم أهدافها هو الإعلان عن بضائع المصانع ، أسعارها ، كمياتها ونوعياتها . وعلى هذا فلم يكن هناك فصل بين وجهى الصحافة والتجارة فى المهنة ، فهما وجهان لعملة واحدة هى التجارة .

«وكانت الصحافة الحزبية ، هى الطور الثانى للصحافة الأمريكية بطول القرن التاسع عشر . ولذلك لم تكن هناك مشكلة بين وجهى الصحيفة أيضًا ، لأن المصدر المالى للمخبر الصحفى هو نفسه مصدر الأخبار للممول . لكن قضية الفصل بين الصحافة والتجارة ، كانت مشكلة المائة سنة الأخيرة ، أى منذ مطلع القرن العشرين فقط . وقد واكب ذلك ، إعلان الصحافة استقلالها عن الأحزاب السياسية منذ نهاية القرن التاسع عشر ، وبالتالى استقلالها عن مصادر التمويل الحزبى . وكانت النتيجة أن شهدت الصحافة الأمريكية بنية جديدة نهضت على علاقة عرفت بمصطلح «العلاقة العضوية» بين الصحافة وأصحابها ، أى الصحف التى تمتلكها شركات أو مؤسسات صحفية» .

ويعد جيمس كيرى من أبرز المفكرين والمؤرخين والمقننين لفكر الصحافة الأمريكية ومسيرتها منذ عهودها الأولى ، ثم مدى تأثيرها الذى مارسته على الصحافة الدولية . وقد رصد إيجابياتها وسلبياتها بموضوعية علمية تسعى إلى تلمس مواطن الداء . وكان من الطبيعى أن يبدى ارتياحه بل وافتخاره ، وهو يرصد إصرار الصحافة الأمريكية على الاحتفاظ باستقلالها منذ مطلع القرن العشرين ، وقبولها التحدى الذى تمثل فى ظهور الصحافة الصفراء التى استقطبت قاعدة عريضة من القراء . ويعلن كيرى اعتزازه بصمود الصحافة الأمريكية فى وجه طغيان رأس المال الذى تمثل فى المؤسسات الصناعية العملاقة ، خاصة أنه لم يكن هناك مانع يمكن أن يعوق شركات البترول أو مصانع السيارات أو غيرها من شراء أو امتلاك أجهزة ووسائل الإعلام الأمريكى : المقروءة والمسموعة والمرئية . ففى بلاد أخرى كانت هذه الشركات قد امتلكت وسائل الإعلام وجعلت منها أبواقًا صريحة للدعاية والإعلان عن منتجاتها . وضرب كيرى مثلاً بشركة الصلب الألمانية ، لكن هذا التوجه لم يجد ترحيبًا فى الولايات المتحدة ، لأن صحافتها لم تترك وسيلة أو آلية إلا وقامت بتوظيفها فى الحفاظ على استقلالها ، من خلال الفصل بين الصحافة والتجارة ، والذى تجسد فيما أسماه «بالجدار الحديدى» بينهما ، والذى رسخ مبدأ «الإعلام قبل الإعلان» .

لكن كيرى يبدى أسفه العميق بأن هذا الجدار الذى أقيم بين الصحافة والتجارة منذ قرن تقريبًا ، كان هشًا دائمًا ، وبدا مع مطلع القرن الحادى والعشرين كما لو أنه من الصعب الإبقاء عليه ، خاصة بعد أن انقلب المبدأ إلى نقيضه وأصبح «الإعلان قبل الإعلام» ليس فقط بالنسبة للصحافة الصفراء التى توصف بالتجارية وإنما أيضًا بالنسبة للصحافة التقليدية التى توصف بالعريقة . فلم يعد هناك أسهل أو أبسط من حذف موضوع أو تحقيق حيوى وخطير ، أو اختصاره إلى أضيق حيز ممكن إذا كان ملحًا ، لإفساح المجال لإعلان عن أحمر شفاه أو ثوب للاستحمام ؟! وأصبح الصحفيون

الجادون قلقين على عملهم الذين يرون فيه رسالة سامية ، وأصبح على وشك أن يصبح مجرد تجارة خاضعة لقوانين البيع والشراء ، والعرض والطلب ، والمكسب والخسارة ، والرواج والكساد . ولذلك أصبح من الصعب عليهم إرساء العلاقات المناسبة والمنطقية والمتوازنة بين عنصرى الصحافة والتجارة فى قاعات التحرير .

ونظرًا للريادة التى تمارسها الصحافة الأمريكية على المستوى العالمى فى شتى مجالات العمل الصحفى ، خاصة فى مجال التوزيع والإعلان ، فإن دراستها وتحليلها بإلقاء الضوء على كل إيجابياتها وسلبياتها ، والآليات الفنية والتجارية التى تعمل على أساسها ، يمكن أن تقنن جدلية العلاقة بين الصحافة والتجارة أو بين التحرير والإعلان بصفة عامة ، برغم اختلاف الظروف الحضارية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية بين أمريكا وبلاد أخرى كثيرة . ذلك أن قواعد اللعبة التجارية فى الصحافة أوأى مجال آخر ، تكاد تكون واحدة . بل إن ظهور الصحافة الصفراء فى أمريكا فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، كان بمثابة إعلان صريح عن ممارسة قواعد هذه اللعبة التجارية بأسلوب مباشر وواضح لكل الأطراف المعنية . ذلك أن الصحف التى ترفع لواء الرسالة الفكرية السامية ، لكنها تعانى من تدهور اقتصادى متزايد ، سرعان ما تعلن إفلاسها وتغلق أبوابها كأنها لم تكن ، خاصة فى مجتمع رأسمالى مثل المجتمع الأمريكى ، ليس على استعداد لدعم أية صحيفة مهما كانت عريقة أو سامية ، وهو ما جرى لصحف مثل «نيويورك هيرالد تريبيون» ، و «واشنطن ستار» أو لمجلات مثل «لوك» و «لايف» التى أصبحت فى ذمة التاريخ ، لأن الدولة بكل مؤسساتها وإداراتها لم تفكر فى مد يد المساعدة إليها . ولذلك لم يعد هناك جناح على أية صحيفة أو مجلة أن تبتدع كل أساليب الرواج التجارى حتى تواصل مسيرتها . وإذا تحتم عليها الاختيار بين الرسالة الصحفية والرواج التجارى ، فلابد أن يأتى الرواج أولاً ، ومن هنا كانت حتمية مبدأ «الإعلان قبل الإعلام» .

ولذلك كانت الصحافة الأمريكية بمثابة صناعة تتمتع بالإمكانات الصحفية الضخمة التى تمكنها من تأدية المهنة ، سواء أكانت رسالة فكرية أم تجارة رائجة . ولم تجد صحف عريقة كثيرة تناقضًا بين الرسالة والتجارة ، إذ من الممكن أن تدعم إحداهما الأخرى . لكن هذا لا ينفى أن الرواج التجارى أو الازدهار الاقتصادى كهدف ، كثيرًا ما يمسك بزمام القيادة ويجعل الرسالة تابعة له بالشروط التى يفرضها عليها . فالصحافة الأمريكية تنهل من منبع لا ينقطع تدفقه من المعلومات ، وتستخدم أحدث وسائل التكنولوجيا المعاصرة ، وتنهض على قاعدة صلبة فى سوق الأوراق المالية ، قدر قيمتها جون ميريل فى كتابه «الصحافة العالمية» بمبلغ ١٣١ بليون دولار تأتيها سنويًا من عائدات الإعلانات وحدها ، وذلك طبقًا لإحصاءات عام ١٩٩٢ ، وهى نسبة لابد أنها تتزايد عامًا بعد عام .

وتمارس الصحافة الأمريكية تأثيراتها على حياة الأمريكيين وأولى القرار منهم بفضل قوتها الاقتصادية بصفتها القاعدة الراسخة التى تمارس منها توجهاتها الإعلامية والفكرية . ولذلك فهى تبدو فى مواقف كثيرة بصفتها السلطة الخفية الرابعة فى البلاد بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية . وهناك من المسئولين من يشير إليها تحديدًا بهذا الاسم حتى لو كان فى صراع معها لحملات الهجوم التى تشنها عليه . ولعل الرئيس الأمريكى الأسبق ريتشارد نيكسون كان مثالاً واضحًا على ذلك ، فكم كان يمقت ألاعيب الصحافة وحملاتها ضده ، لكنه لم ينكر أبدًا التأثير العميق الذى تمارسه على كل المستويات الجماهيرية ، بل إن نهايته السياسية وخروجه من البيت الأبيض قبل أن يكمل مدة رئاسته الثانية ، كان نتيجة للحملة الصحفية التى شنت عليه بسبب كذبه وإنكاره لمعرفته بتجسس حزبه الجمهورى على مقر الحزب الديمقراطى فى ووترجيت التى عرفت الفضيحة باسمها. وكان أول رئيس أمريكى يجبر على الاستقالة قبل إتمام مدته الرئاسية .

وبالطبع لم يفت أصحاب المؤسسات الصحفية الاستفادة من هذه السلطة الرابعة التى تمارسها الصحف ، فبالغوا فى استغلالها فى أكثر من مناسبة ، ولأكثر من دافع ، وعلى أكثر من جبهة . وقد أدت هذه المبالغة فى كثير من الأحايين إلى وقوف الصحافة القومية أو المحافظة فى نفس خندق الصحافة الصفراء التى لا تنضب ألاعيبها وحيلها وقصصها الخبرية المثيرة أو المختلقة أو المبالغ فيها ، فى مواجهة أية سلطة تحاول ضربها فى مقتل . ذلك أن النظام الرأسمالى الأمريكى لا يعرف حدودًا للصراعات بين القوى المتناحرة سواء أكانت رسمية أم شعبية . وهى صراعات فى أغلبها لا تضع اعتبارات الخير والشر ، الحلال أو الحرام فى حساباتها، بقدر ما تعتمد على إمكانات القوة بكل ما تحمله فى طياتها من جبروت وبطش وعنف وقسوة ، وويل لمن ينتابه الضعف ويسقط فى الحلبة ، فإن أحدًا لن يرحمه أو يسارع إلى إنقاذه مهما كانت أهدافه سامية وخيرة وإنسانية ، ذلك أن الحق بدون قوة لا دور له ولا تأثير ، بل إن دوره ينتفى أساسًا . ومن الواضح أن الصحافة الصفراء هى ابنة شرعية لهذا النظام الرأسمالى ، ولذلك حرصت على التسلح بكل أسباب القوة المادية ، حتى لو بالغت فى استخدامها وتوظيفها ، وحتى لا تفقد زمام المبادرة من يدها أبدًا . وفى سباق محموم مثل هذا ، يمكن أن تدوس الأقدام الثقيلة أو العجلات المسعورة كثيرًا من المبادئ والمثل التى يتشدق بها المجتمع فى أجهزته الإعلامية ليل نهار .

ولذلك فإن أسباب هذه القوة هى نفسها مكامن الخلل فيها ، ذلك أن الحرية غير المشروطة التى خصها بها الدستور ، يمكن أن تجعل منها منطلقًا للتوعية والتنوير والتثقيف ، كما هو مفترض ، كما يمكن أن تكون بوقًا للدعاية الفجة الرخيصة والتضليل الفكرى . كذلك فإن إمكاناتها التكنولوجية التى لا تحد ، تؤهلها لتقديم الأشمل ، والأدق ، والأسرع فى مجال الأخبار والمعلومات ، كما يمكن أن تعرضها تحت ضغط المنافسة والإيقاع اللاهث والسباق المحموم ، للوقوع فى أخطاء لا تغتفر

مثل الكذب والابتذال والتلفيق والتزييف ، خاصة أن الصحافة الأمريكية بصفة عامة والصفراء بصفة خاصة جعلت من السبق الصحفى صنمًا يتعبد فى محرابه الجميع . وإذا كانت العقاقير المنشطة فى السباقات والمباريات الرياضية ممنوعة قانونًا، وعقوبة تناولها صارمة ، أقلها الطرد من المباراة أو الدورة بأكملها ، فإن العقاقير المنشطة فى الصحافة والتى تتمثل فى الاختلاق والتلفيق والتزييف والمبالغة والكذب غير ممنوعة ، خاصة إذا أدت إلى كسب السبق الصحفى ، ذلك أن الغاية فى هذا المجال تبرر الوسيلة دائمًا . وينسى الكثيرون من العاملين فى المجال أن عوامل القوة والتأثير الحاسم الفعال التى تتمتع بها الصحافة بصفة عامة لا تتأتى إلى من طبيعة وظيفتها فى البحث عن الحقيقة الموضوعية بقدر الإمكان . وكما يمكن أن تكون الصحافة قوية بتسلحها بهذه القيمة الرفيعة التى تمنحها سلطة أو نفوذًا لاغبار عليهما ، بقدر ما يمكن أن تكون تابعة وهزيلة إذا استخدمتها فى التسلل إلى سلطة ليست لها والتمسح بها من أجل تخويف الآخرين . فالسلطة بطبيعتها متغيرة أو متبدلة أو حتى زائلة ، والصحيفة التى ترتكن إلى متغيرات السلطة ، تصبح رهنًا بها، ومهددة دائمًا بالزوال والاندثار . أما الصحيفة التى تمتلك قوة ذاتية ، مادية وأدبية ، كافية فيها ، فيمكن أن تلعب دور الشاهد على عصرها ، مهما طرأت على هذا العصر من متغيرات وتقلبات .

وبرغم كل الاتهامات التى تكال للصحافة الصفراء ، وكأنها أصبحت الشماعة التى تعلق عليها كل أخطاء الصحافة وخطاياها ، فإنها أبعد ما تكون عن التسلل إلى السلطة والتمسح بها ، لأنها تكتسب جماهيريتها من وقوفها فى الخندق المواجه للسلطة ، وتعريتها كلما حانت الفرصة لذلك . وبالتالى فهى على المستوى الأدبى تكتسب فى أحايين كثيرة بريق صحف المعارضة التى تقف بالمرصاد للسلطة ، أما على المستوى المادى ، فهى لا تستجدى دعمًا من أحد ، لأنها تتفنن فى مضاعفة توزيع نسخها باستمرار ، وجذب المعلنين بكل الوسائل الممكنة . وهى

بهذا تقف على أرض مشتركة مع الصحف القومية أو المحافظة التى تلجأ باستمرار إلى فنونها وحيلها وألاعيبها ، كلما شعرت بأن توزيعها أو إعلاناتها أصبحت مهددة بالانكماش . وبعض هذه الصحف يتبع هذا المنهج باستمرار على سبيل الحصانة أو المناعة المتجددة ضد كل عوامل الضعف والتدهور ، وإن كان يحرص أشد الحرص على الإعلان عن نفسه كصحافة قومية أو عريقة أو محافظة أو رزينة ... إلخ . ففى مجال هذه الحرية الصحفية تصعب المحاسبة الدقيقة للصحف بهدف إعادة تقييمها وتصنيفها وتغيير اللافتات التى ترفعها وتعمل تحتها . بل إن الصحف الصفراء نفسها أصبحت معتزة بل وحريصة على هذه الصفة التى تمنحها التميز الدائم فى الوسط الصحفى ، حتى لو كان تميزًا مشوبًا ببعض الشبهات والإتهامات ، خاصة أن الصحف القومية الكبرى ذاتها لم تعد محصنة ضد هذه الشبهات والاتهامات .

وليس هناك أحد من المهتمين بشئون الصحافة فى الولايات المتحدة ، يقترح الحد من حريتها ولو قيد شعرة ، أو التحكم فى آلياتها الاقتصادية فى سوق مالية تنهض أساسًا على المنافسة من خلال قانون العرض والطلب . ومع ذلك ، فإن الصحافة الأمريكية ، وباقرار معظم المهتمين بشئونها ، تمر بأزمة ثقة حادة فى وظيفتها، ودورها ، وأدائها ، بالإضافة إلى الشرخ الآخذ فى الاتساع والعمق باستمرار بينها وبين جمهورها ، وإن كانت الصحف الصفراء قد نجحت إلى حد كبير فى رأب هذا الشرخ أو الصدع كلما بدت بوادره . وقد أدت هذه التحديات الجديدة بكبار أصحاب المهنة إلى الاستعداد لمواجهة الأسئلة الجدية والملحة عن مستقبلها ومصيرها ، خاصة من زاوية حسابات السوق التى بدأت مؤشراتها المتردية فى الانعكاس عليها بالسلب ، سواءً لانخفاض نسب القراء والمشتركين ، أو لانصراف المعلنين إلى التعامل مع شبكات التليفزيون ، خاصة فى عصر السماوات المفتوحة التى أصبح فيها الإعلان قادرًا على الوصول إلى كل أرجاء المعمورة وفى نفس اللحظة ، بحيث يقف أى إعلان صحفى عاجزًا تمامًا فى مواجهة هذا الطوفان

الإعلانى التليفزيونى . ولذلك أصبحت الإعلانات عن السلع والمنتجات المحلية ، خاصة فى مجال الغذاء والملبس ، وعن المستشفيات ومكاتب المحاماة والمحاسبة وغيرها من مكاتب الاستشارات المختلفة ... الخ ، بمثابة المادة الإعلانية الأساسية للصحف الأمريكية التى تسعى دائمًا إلى نشر إعلانات الشركات العملاقة فى مجال الصناعات الضخمة . لكن المشكلة أن إنتاج هذه الشركات انتاج عالمى بطبيعته ، مثل إنتاج السيارات ، وشبكات التليفزيون كفيلة بترويجه عالميًا ، أما قدرات الصحف الإعلانية ، فإنها تظل أسيرة المحلية ، مهما كانت ضخمة اقتصاديًا وفنيًا .

وقد بلغ القلق بالصحفيين درجة جعلت حوالى ألف صحفى يوقعون فى عام ١٩٩٩ بيانًا يدعو المؤسسات الصحفية لمشاركتهم البحث عن الأسباب الكامنة وراء تردى أوضاعها ، ودراسة كل أبعادها ، ثم وضع الحلول والتوصيات المناسبة لإخراجها من الطرق المسدودة ، والمتاهات الجانبية ، والحلقات المفرغة التى دخلتها بالفعل . وبدأ هذا المجهود العملى بمبادرة من «مؤسسة ينمان» ، وهى مؤسسة قديمة تأسست عام ١٩٣٧ فى جامعة هارفارد ، بوصية من أجنيس واهيل ينمان كتذكار لزوجها مؤسس صحيفة «ميواكى» . وكان هدفها من ذلك على حد تعبيرها : «تدعيم الصحافة فى الولايات المتحدة والارتفاع بمستواها» . ولذلك كان من الطبيعى أن تبادر مؤسسة ينمان للتصدى لما أطلقت عليه «كارثة الصحافة» فى أمريكا اليوم . وهذا التصدى يتناول دراسة إشكاليات الصحافة الأمريكية ، خاصة فيما يتصل بأساليب التحرير والإدارة المالية ، خاصة أن بنيتها الاقتصادية تختلف اختلافًا أساسيًا حتى مع الصحافة فى الدول الغربية التى تخضع لنظم ديمقراطية مماثلة ، نظرًا للعوامل والاختلافات التاريخية والثقافية والاجتماعية فى نشأة الصحافة الأمريكية وتطورها بالمقارنة بمثل هذه الدول .

ومن هذا المنطلق كونت مؤسسة ينمان ما عرف باسم «لجنة المهتمين بشئون الصحافة» . والتى عقدت ندواتها فى عام ١٩٩٩ فى قاعة «ساندرز ثياتر» بجامعة

هارفارد . وكان جيمس كيرى أستاذ الصحافة الدولية فى جامعة كولومبيا قد جعل محور الندوة يدور حول قضية «الفصل بين الصحافة والتجارة» ، من خلال كلمته التى ألقاها فى افتتاح الندوة ، وركز انتباه الحاضرين على مصطلحه «الجدار الحديدى» الذى يجب أن يضع الحدود الفاصلة بين ما هو صحافة ذات رسالة وماهو تجارة تسعى للربح ، من خلال حتمية الإجابة الموضوعية والحاسمة على التساؤل المحير بين ضرورة الابقاء على هذا الجدار ودعمه ، أم الاستسلام لزواله أو اندثاره إذا استحال تحقيق هذه الضرورة ، خاصة بعد أن اختلط الحابل بالنابل فى المجال الصحفى ، وأصبح من الصعب التفرقة بين صحف جادة ورزينة بمعنى الكلمة وصحف سطحية وخفيفة بهدف التسلية ، إذ أصبح تدهور الوضع الاقتصادى لأية صحيفة ، أو حتى مجرد ظهور بوادره الأولى ، بمثابة الكابوس الذى يطارد المسئولين عنها والعاملين فيها ، فى صحوهم ومنامهم .

أما سيتوارت جارنر رئيس مؤسسة طومسون الصحفية ، فقد أوضح أن الدولة الرأسمالية بطبيعتها ليست على استعداد لدعم أية صحيفة تعانى من أية متاعب اقتصادية يمكن أن تنهى وجودها ، وإلا طعنت النظام الرأسمالى فى صميمه ، وصورت للمواطنين أن الاشتراكية أو الشيوعية هى الحل حيث تدعم الدولة صحفها لكى تكون أبواقًا لها . وركز طومسون على أن النظام الرأسمالى لا يعرف تحديد الأسعار لأن كل شىء مطروح للعرض والطلب ، بما فيه الصحف . وارتفاع الأسعار الذى يعد من أهم آليات النظام الرأسمالى ، لابد أن ينعكس بدوره على الصحف التى أصبحت مكلفة للغاية فى كل مرحلة من مراحل الإنتاج الصحفى ، وبالتالى كان لابد من زيادة سعر النسخة والإعلان بين حين وآخر . وبرغم أن هذه الزيادات لم تكن بهدف زيادة الأرباح ، وإنما بهدف سد الثغرات التى تحدث بسبب الخسائر المتصاعدة ، فإن نسبة لا يمكن تجاهلها من القراء ليست على استعداد لقبول هذه الزيادات المتجددة ، إذ لم تعد الصحيفة ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها فى

حياتها اليومية ، بعد أن أصبح التليفزيون مفتوحًا على عدد لا حصر له من القنوات الفضائية والشبكات التى تقدم كل المواد المعلوماتية والترفيهية فى كل لحظة من لحظات حياتهم .

وأيد جون ميريل مؤلف كتاب «الصحافة العالمية» ما قاله سيتوارت جارنر ، مضيفًا أن عائدات الصحافة المطبوعة من التوزيع لا تتعدى نسبة الـ ١٠٪ ، وهى نسبة هزيلة للغاية كعنصر محافظ على استمرارية الصحيفة . ولذلك يرى أصحاب المؤسسات الصحفية أنه لكى تستمر مؤسساتهم فى أداء عملها ، يجب عليها توفير نسبة من الأرباح تتراوح قيمتها بين ١٨ و ٢٥٪ ، فى حين أن الصحافة المسموعة والمرئية ، هى صحافة مجانية تمامًا ، باستثناء الإعلانات التجارية التى لا يتوقف اقبال المعلنين عليها ، مهما ارتفعت أسعارها ، وذلك لانتشارها الواسع الذى يكاد يغطى كل أرجاء المعمورة ، ولاعتمادها على الشركات العملاقة متعددة الجنسيات التى تمتلك ميزانيات ضخمة ، ولا تشكل تكاليف الإعلانات إلا نسبة ضئيلة منها مهما كانت مرتفعة . ولذلك شكلت الصحافة المسموعة والمرئية تحديًا خطيرًا ومتصاعدًا للصحافة المقروءة ، خاصة فى هذا العصر اللاهث الذى أصبحت فيه مشاهدة الصورة أسهل وأسرع وأمتع من قراءة الكلمة . وهو ما دفع بعض الصحف وكثيرًا من المجلات إلى الإكثار من الصور الجذابة والمثيرة لعلها تشارك أجهزة الإعلام المرئية بعض بريقها ، وخاصة أن التقدم الذى أحرزته تكنولوجيا الصحافة بدورها قد مكنها من أن تجعل صورها المنشورة قادرة على جذب عين القارئ .

ولقد أصبحت المقارنة بين الصحافة القومية أو الجادة وبين الصحافة الصفراء أو الخفيفة نوعًا من الرفاهية أو المناقشات البيزنطية التى لا يمكن الاستمرار فيها بهذه البساطة ، فى حين يتربص وحش أسطورى عند أسوار الصحافة يريد أن يبتلعها ويلتهمها برمتها ، بلا تفرقة بين غث وسمين . ومن هنا كانت الملاحظة الجديرة

بالرصد والتحليل فى ندوة جامعة هارفارد عن «أزمة الصحافة فى الولايات المتحدة الأمريكية» ، أن كل المتحدثين ، وهم من كبار الخبراء فى مجال الصحافة المقروءة ، لم يذكروا مصطلح «الصحافة الصفراء» على الإطلاق فى كلماتهم أو أبحاثهم التى قدموها للندوة ، أو حتى فى المناقشات الشفهية التى دارت فى جلسات اللجان المختلفة ، بعد أن كان هذا المصطلح يتردد من قبل فى مثل هذه التجمعات على سبيل التألق الصحفى من طرف العاملين فى الصحافة المعروفة بالقومية أو الجادة . لكن هذا التألق لم يعد يجدى فتيلاً فى مواجهة هذه الشاشة الصغيرة الموجودة فى كل بيت ، وتقدم كل الأخبار والمعلومات والمثيرات الفنية ذات الجاذبية التى لا تقاوم . وهى برغم صغرها ، فإن وصفها بالوحش الأسطورى ليس على سبيل المجاز ، وإنما هو واقع فعلى ، لأن تعود المشاهدين عليها بلغ درجة الإدمان ، بل إن المجتمع العالمى المعاصر أصبح يعرف بأنه مجتمع إعلامى إلكترونى قادر على ابتلاع الثقافات المحلية ، واحتواء الإنسان فى مختلف المناطق الجغرافية وتوجيهه بل وربما اقتلاعه من جذوره التراثية والثقافية الأصلية ، أو على الأقل إعادة صياغة قيمه الروحية والنفسية والاجتماعية وصبها فى قوالب معدة مسبقًا .

وإذا كانت الصحف الصفراء قد اتهمت طويلاً بالتضليل الإعلامى ، فإن قدرة أجهزة الإعلام على هذا التضليل لا حدود لها ، لدرجة أنها تستطيع أن تدخل المشاهدين فى حالة أشبه بالتنويم المغناطيسى ، أو حتى الغيبوبة اللذيذة . ولا شك أن المعلنين يسعدون للغاية بهذه الحالات من التنويم أو الغيبوبة لأن إعلاناتهم سوف تترسب أو تترسخ فى العقل الباطن عند المشاهدين ، فيهرعون دون تفكير إلى شراء السلع المعلن عنها ، وحتى من لا يملك منهم القدرة الشرائية الفورية ، فإن إغراءات التقسيط تقدم نفسها إليه بطريقة لا يستطيع مقاومتها ، وكل هذه الإغراءات من التداعيات الطبيعية لإغراء الصورة التليفزيونية . وإذا كانت الصحافة المقروءة تعتبر الصورة الساكنة أكثر جذبًا للقارىء من الكلمة المصاحبة لها ، فإن الصورة

التليفزيونية المتحركة لا تترك أية فرصة للمشاهد كى يفكر أو يتأمل أو يراجع نفسه فيما يتصل بشراء السلعة المعلن عنها أم لا ، خاصة إذا كان يتابعها مع أفراد أسرته أو أصدقائه الذين يمكن أن يساهموا فى المزيد من تنويمه أو غيبوبته من خلال اقتناعهم الفورى أو الانفعالى بما يرد فى الإعلان وإيمانهم بمصداقيته .

ومن المعروف أن الصورة ليست محايدة مهما تظاهرت بالحياد والموضوعية . وإذا كان هذا التوجه ينطبق على الصورة الساكنة فى الصحف والمجلات ، فإنه ينطبق من باب أولى على الصورة المتحركة على الشاشة . وإذا كان القارئ يستطيع أن يتأمل الصورة الساكنة أمامه بحيث يمكنه تكوين رأيه الشخصى فيها ، فإن المشاهد لا يملك هذه القدرة فى مواجهة صور لا تتوقف عن الحركة اللحظية التى يتوحد معها ، ويقيم معها كل أنواع العلاقات سواء أكانت مشروعة أم غير ذلك . ولا يقتصر التأثير على مجرد الانفعال الواعى أو غير الواعى ، بل ينتقل إلى مرحلة التفكير الذى يتصور المشاهد أنه نابع من بنات أفكاره . فهو لا يدرى أن الصورة هى التجسيد المادى لتفكير قد يصل إلى مرحلة أو مستوى الأيديولوجيا ، وأنها خير ما يبلور مضمون الكلمة عندما تعجز عن التعبير الشفهى . وهى كأداة إيحائية لا تقاوم ، تملك بلاغة خاصة بها ، بلاغة تعتمد على تكثيف المعنى فى ايجاز كطلقة الرصاص التى تصيب الهدف فى لحظة تحمل كل المعانى والدلالات المقصودة . وقد ساعد على تأصيل هذه القدرة ، أن التليفزيون يستطيع توليد السلبية فى داخل المشاهدين أو بمعنى أدق المتلقين المنومين . ولا شك أن كبار المعلنين يرحبون بهذه السلبية التى لا يمكن أن تمارسها الصورة المنشورة فى صحيفة أو مجلة .

كل هذه التحديات شكلت أزمة أوشكت أن تزمن فى وجه المسئولين والعاملين فى الصحافة المقروءة . فلم تعد القضية متمثلة فى التفرقة بين الصحف القادرة على الاستمرار والصحف المهددة بالاندثار ، خاصة بعد أن استقطب

التليفزيون كبار المعلنين من أصحاب الميزانيات الضخمة . ومن هنا كان بيان «لجنة المهتمين بشئون الصحافة» الذى صدر عن ندوة جامعة هارفارد ، وجاء فيه :

«هذه لحظة عصيبة فى حياة الصحافة فى أمريكا ، ففى حين أن المهنة لم تكن يومًا أحسن حالاً مما هى عليه اليوم ، إذا ما أخذنا بعين الاعتبار كفاءة الصحفيين وتدفق مصادر المعلومات ، إلا أن ذلك لم يعفها من مظاهر التناقض فى زمننا هذا . إن المتغيرات السريعة فى وسائل التكنولوجيا ومثلها فى قواعد بنياننا الاقتصادى وعلاقاتنا بالجمهور ، بدأت تسحب الصحافة من مراسيها القديمة المعروفة ، وعلى ذلك فإن العديد من الصحفيين بدأ الإحساس بفقدان الهدف فى المهنة . وأكثر من ذلك ، هناك الشعور الذى يجتاحهم بعدم جدوى الأخبار والشك فى قيمتها بعد رؤية المؤسسات الصحفية الجادة تفقد صفة التجرد ، وتتخذ من الشائعات مادة للجذب والإثارة على حساب الأخبار» .

ومن الواضح أن الأزمة كانت مستحكمة وعامة ، بحيث لم تقتصر الندوة على قاعات جامعة هارفارد التى تأسست فيها «مؤسسة ينمان» المشرفة على الندوة ، بل انتشرت لجانها وجلساتها بين جامعات شيكاغو ، ونيويورك ، وآن هاربر فى ميامى ، وواشنطن دى سى ، وسانت بيتسبرج فى فلوريدا ، ولوس أنجيلوس فى كاليفورنيا . وقد ارتبطت اللجان بشبكات تليفزيونية لإثراء الحوارات فيما بينها ، وهى الحوارات أو الندوات التى أعادت تعريف «ما هى الصحافة؟» ، و «من هو الصحفى؟» ، و «هل من الممكن الحفاظ على حياد الصحفى وموضوعيته؟» ، و «علاقة الصحافة والحقيقة : التوازن والشائعات» ، و «التنوع فى الأخبار» ، و «قصة كلينتون (كلينتون / لوينسكى) : هل تشكل كارثة على الصحافة؟» ، و «ما هى المؤهلات الصحفية ؟» ، و «التسلية كوسيلة للأخبار والأخبار كوسيلة للتسلية» ، و «واشنطن ومستقبل المراسلة السياسية» ، و «الصحافة على شبكة الإنترنت» ، و «أسس ومبادئ التعليم الصحفى» ، و «ضبط ومسئولية العمل الصحفى» ، و

«اقتصاد صحافة المستقبل» وغيرها من القضايا التى تمس مستقبل الصحافة فى الصميم . واستمرت هذه الندوات فى الانعقاد طوال صيف ١٩٩٩ طبقًا لجدول نظم الاتصالات بين هذه المواقع . ثم عادت الندوة الرئيسية للانعقاد فى جامعة هارفارد فى نوفمبر ١٩٩٩ تحت عنوان «خلاصات وعبر» ، وقدمت فيها نتائج الأبحاث والحوارات والمناقشات التى دارت ، وخلصت إلى توصيات كى تكون بمثابة دليل عمل للصحفيين فى المرحلة التالية .

لكن بعد هذه الندوة أو الندوات القيمة على هذا المستوى الرفيع بما يقرب من خمس سنوات ، لا تزال الصحافة الأمريكية ترزح تحت كابوس الضغوط الاقتصادية والسعى المحموم لجلب الإعلانات بأية وسيلة . بل زادت الصعوبات والمخاطر التى تهدد التوازن المنشود بين الرسالة والتجارة ، لأن المجتمع الأمريكى يقدس المنافسة الاقتصادية التى لا يعرف لها حدودًا سواء فى المجال السياسى أو الاجتماعى أو الإعلامى أو الصحفى أو الثقافى ... الخ . فكل شىء أو نشاط أو نجاح يقاس بالدولار وليس بأية قيمة معنوية أو أدبية أو روحية . وبالتالى فإن مفهوم الصحافة كرسالة لابد أن يتضاءل أو ينزوى أو يتلاشى فى مواجهة اعتبارها كتجارة خاضعة لقانون العرض والطلب والمضاربة فى الأسواق المالية . وللحقيقة والتاريخ فإن الصحافة الصفراء قد أدركت هذا التوجه الأمريكى الصميم منذ بدايتها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، برغم التهم التى انهالت عليها بأنها تجارة رخيصة لا تنطوى على أية رسالة سامية .

وكانت الصحافة الصفراء من الصراحة والوضوح بحيث أكد مسلكها أن الإعلان هو إعلام صريح ، فى حين أن الإعلام هو إعلان مدسوس ، ومهما قيل فى التفرقة بين الإعلان والإعلام ، فكلاهما يروج لسلعة أو لفكرة . وفى هذا الزمن الذى أصبح العالم فيه مجرد قرية كونية صغيرة أصبحت الفكرة بدورها سلعة قابلة

للتداول من خلال عمليات البيع والشراء ، خاصة فى المجتمع الأمريكى الذى يعتبر المال فيه الثقافة القومية للبلاد ، ومحركها الأول ، والمشكل الأساسى لأهدافها وقيمها ، وليس مجرد عملة فحسب . ونظرة سريعة على الأشخاص أو الشركات أو المؤسسات التى تملك أجهزة الإعلام الأمريكية بصفة عامة ، توضح بجلاء أنها إلى حد كبير منابر أو حتى أبواق ، مباشرة أو غير مباشرة ، لهذه التكتلات أو الاحتكارات الاقتصادية العملاقة . فلا يعقل أن تتخذ أية صحيفة ، مهما كانت عريقة أو محافظة ، موقفًا مضادًا أو حتى كاشفًا لخبايا المؤسسة التى تمتلكها . وهو ما يدل على أن الهالات التى تحيط بمثل هذه الصحف هالات وهمية وإن كانت قد ترسخت بفعل التكرار من جيل لآخر . وفى مطلع ثمانينيات القرن العشرين أصدر بن باكديكيان كتابه «احتكار أجهزة الإعلام» ، أوضح فيه أن خمسين شركة فقط تملك الأغلبية العظمى من وسائل الإعلام فى البلاد ، وجميع صحافتها ذات النفوذ القوى والأساليب والاتجاهات المختلفة . والصحافة الصفراء ليست استثناء من هذه القاعدة ، بل تأتى فى المقدمة فى أحايين كثيرة نظرًا لقدراتها الفذة على الرواج التجارى والازدهار الاقتصادى ، من خلال جذبها لقطاعات مختلفة ومتعددة من القراء . وإن كان جون ميريل فى كتابه «الصحافة العالمية» طبعة ١٩٩٤ قد ركز على خمس شركات عملاقة فقط بصفتها المتحكمة فى الإعلام المقروء سواء بصفة مباشرة أو من خلال أذرعها الأخطبوطية .

وكثيرًا ما اتهمت الصحف الصفراء بأنها جعلت الأخبار مجرد وسيلة للتسلية بل والإعلان ، والآن يعترف كبار الصحفيين فى الصحف العريقة والجادة ، بالتضحية بما يسمونه «الأخبار الجادة» ، من أجل جذب أكبر عدد ممكن من الجماهير العابرة ومعها مدد ضخم من الإعلانات . وأصبحت هذه التضحية فى نظر الحريصين على تقاليد الصحافة الجادة ، أخطر تهديد يواجه قيمة الأخبار الجادة وفائدتها وضرورتها لتوعية القارئ وتنويره ، كما يدوس فى طريقه الصحفيين الجادين ،

ليس فقط اللامعون منهم أو الواعدون ، وإنما العاملون فى الصحافة بصفة عامة ، بما يعنى أن المنظومة الصحفية برمتها أصبحت فى خطر لم تواجه مثله من قبل . فقد أصبحت الصحافة التى كانت تعرف بالجادة ، مضطرة إلى استخدام وتوظيف ما كانت تعتبره نقاط ضعف أو سلبيات أو ثغرات الصحافة الصفراء ، إذ وجدت فيه الأسلحة التى يمكن أن تدعم بها اقتصادياتها سواء من خلال زيادة التوزيع أو الجذب الإعلانى .

وكان الصحفى والباحث ريتشارد ريفز قد ألقى محاضرة فى جامعة ساذرن كاليفورنيا بعنوان «الأخبار كوسيلة للتسلية» ، ذكر فيها أن النسبة العظمى من محررى الصحف المعروفة بالقومية أو العريقة أو الجادة أصبحت تحاكى أساليب محررى الصحافة الصفراء بكل توابلها وحيلها وألاعيبها الزاخرة بالتلفيق والتزييف، وإذا حدث وتم اكتشاف أكاذيب واختلاقات أحد صحفييها أو محرريها ، فإن الصحيفة العريقة تبادر وتعلن بدورها هذا الاكتشاف الذى تدعى أنه يمس تاريخها العريق المشرف فى الصميم، وأنها بصدد اتخاذ أقسى الإجراءات فى حقه حتى يصبح عبرة لمن تسول له نفسه أن يحذو حذو هذا الصحفى . وتنتهى الزوبعة بايقافه عن العمل شهرين أو ثلاثة كى يتعلم الأخلاق الصحفية الحميدة ، وبذلك تحافظ الصحيفة على ماء وجهها وسمعتها الراسخة . وكان الأولى بها أن تطرده من وظيفته بعد أن مس كرامتها فى الصميم ، وخاصة أنه لا يوجد فى الولايات المتحدة أسهل من أن يفصل صاحب العمل أى عامل أو موظف عنده دون أن يحاسبه أى مسئول أو سلطة على ذلك . ومن حق صاحب الصحيفة أو رئيس التحرير أن يفصل مثل هذا الصحفى لا أن يكتفى بعقاب عابر مثل وقفه عن العمل ثم إعادته بعد أن لقنه الدرس !! وهذا دليل عملى على أن أصحاب الصحف أو رؤساء التحرير لا يمانعون أبدًا من اللجوء إلى مثل هذه التوابل التى تجذب أكبر عد ممكن من القراء والمعلنين، وإذا حدث فضح أحد هذه التوابل ، فيمكن تجاوزها بأكثر من طريقة . وخاصة أن الناس فى هذا الزمن اللاهث المرهق المضطرب أصبحوا

ينسون أو يتناسون مثل هذه الأحداث التى تعتبر فى نظرهم عابرة . ومن الصعب أن نتصور أن مصداقية الصحيفة ، أية صحيفة مهما كانت عريقة ، تمثل قضية ملحة أو حيوية بالنسبة لقرائها اللاهثين المطحونين فى حياتهم اليومية .

وأضاف ريتشارد ريفز أن المحررين والصحفيين فى كبريات الصحف الأمريكية ، أصبحوا يحاكون أو ينافسون رجال السياسة فى ممارستهم لسلوكيات وخصائص نجوم السينما ، فلم يعد هناك النجم السينمائى الذى يخطف الأضواء والبريق فحسب ، بل انضم اليه النجم السياسى ، ثم النجم الصحفى الذى يلجأ كثيرًا لتقمص مواصفات رجال الفكاهة اللماحة ، أو جاذبية المهرج خفيف الظل الذى يشد أكبر عدد ممكن من السامعين أو المشاهدين أو القراء إلى نكاته وقفشاته المسلية والمثيرة فى أى محفل يتواجد فيه . ولا شك أن لعاب الإدارة المالية لأية صحيفة يسيل لمثل هذه المحافل أو التجمعات التى تعتبر التربة الصالحة التى تنبت فيها الإعلانات المدرة وتترعرع .

ويتميز كبار القادة والمسئولين الصحفيين الأمريكيين بالصراحة والوضوح ووضع النقط على الحروف بلا تردد أو حرج . فهم يرون أن القضية فى النهاية هى قضية مستقبلهم المهنى ، وإذا تركوا الأمور تجرى فى أعنتها حتى تتفاقم تمامًا ، فسيكونون هم أول من سيدفع الثمن ، وهو ثمن باهظ وغال للغاية عندما يجدون مهنتهم التى نذروا لها حياتهم مجرد ريشة فى مهب الرياح التى يمكن أن تصبح إعصارًا يجتاحهم جميعًا . من هنا كانت ضرورة مواجهة الحقائق مهما كانت مريرة . من هذه الحقائق ما يعبر عنه سيتوارت جارنر رئيس «شركة طومسون للأنباء» والتى تتولى إصدار ١٢٠ صحيفة يومية عندما يقول :

«ليس فى إمكان المحررين فى قاعات التحرير عزل أنفسهم عن الواقع ، وهم أحبوا أم كرهوا ليسوا محصنين ضد الضغوط التى يمارسها عالم التجارة على العصر

بأسره . إن على صحفنا الخضوع لمبدأ المنافسة على القراء ، فليس هناك جناح على أية صحيفة تعمل على خطف أو حتى سرقة قراء صحيفة أخرى . وهذا لن يتأتى إلا إذا أصبح التحرير مناسبًا لهؤلاء القراء ، مثيرًا لاهتماماتهم وعلى صلة ساخنة وحميمة بقضاياهم ومشكلاتهم اليومية الملحة . ولم يعد القراء يهتمون بالقضايا العامة مثل الإرهاب والعنف والإيدز إلا إذا مست إحدى هذه القضايا أحدهم بصفة شخصية ، وهى الصفة التى يجب أن تركز عليها الصحف فى هذا العصر» .

وبرغم أن سيتوارت جارنر لم يذكر الصحافة الصفراء بالاسم ، فإن كلامه هذا لا يعنى سوى لجوء الصحافة القومية والعريقة إلى الاستخدام الصريح والمباشر لأساليب الصحافة الصفراء وألاعيبها وحيلها التى طالما هوجمت بسببها . وهذا يعنى أن هذه الصحافة منذ مولدها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، كانت واعية تمامًا بقواعد اللعبة الاقتصادية التى تحكم المجتمع الأمريكى بأسره . ففى مجتمع المنافسة المحمومة بلا حدود ، لا يستطيع أحد أن يدعى أنه جاء برسالة حضارية أو إنسانية رفيعة لابد أن يحولها إلى واقع ملموس مهما كانت العوائق والعقبات ، خاصة إذا لم يكن يملك المدد الاقتصادى والمالى الذى يمكنه من أداء هذه المهمة . وهى مهمة تكاد تكون مستحيلة فى معظم الأحايين نظرًا لحاجتها إلى موارد اقتصادية ومالية تعتبر فلكية فى بنودها ومصاريفها ، ومن الصعب أن تغطيها نسب التوزيع والإعلانات مهما كانت عالية . أى أن الرضوخ لضغوط عالم التجارة أصبح حتمية لا مفر منها كما قال سيتوارت جارنر .

ومع ذلك فليس هناك مفر أيضًا من البحث عن بديل بقدر الإمكان حتى لا تتحول المهنة إلى محض عمل تجارى ، خاصة أن الإشكالية لا تكمن فى الصحافة نفسها بقدر ما تكمن فى الرأسمالية كنظام يرى فى رأس المال الوسيلة والغاية فى آن واحد . وهى قدر مكتوب على الشعب الأمريكى لا يمكن تغييره أو حتى المساس

به ، بل إن الإدارة الأمريكية ذاتها بكل مستوياتها هى فى خدمته ، وهو فى الوقت نفسه سلاحها الفعال فى تسيير دفة الأمور ، ولا يمكن أن تكون الصحافة خارج نطاق هذه المنظومة الأمريكية الشاملة . لكن السؤال الذى يطرح نفسه بالحاح هو : هل من حلول وسط أو لقاءات فى منتصف الطريق بين الصحافة والرأسمالية بحيث لا تتحول إلى عمل تجارى محض لا يعرف سوى جمع الأرباح وزيادة رأس المال بأية وسيلة بصرف النظر عن نوعيتها ؟! وخاصة أن القارئ لا يمكن أن يكون دائمًا على حق ؟!

من هذا المنطلق يركز جيمس كيرى بصفته واحدًا من أهم الباحثين الأمريكيين فى فلسفة الصحافة وثقافتها ، فى كلمة افتتاح ندوة «مؤسسة ينمان» فى جامعة هارفارد ، على الجذور أو الأسباب التى أدت إلى هذه الأزمة المستحكمة ، والمفكرين الذين بادروا إلى التحذير من التداعيات المأسوية التى يمكن أن تترتب على ترك الأمور تجرى فى أعنتها . ولذلك يذكر كيرى مستمعيه فى الندوة بكتاب رائد صدر فى ثلاثينيات القرن العشرين فيقول :

«بصفتنا متحدثين فى هذه الندوة العلمية بجامعة هارفارد ، فالواحد منا لا يستطيع أن ينسى أو يتجاهل كتابًا صدر عن هذه الجامعة فى أواخر الثلاثينيات من تأليف جوزيف شومبيتر ، وكان بعنوان «الرأسمالية ، الاشتراكية ، الديمقراطية» . وكان شومبيتر محبًا كبيرًا للرأسمالية ، إلا أنه كمفكر اقتصادى كان خائفًا دائمًا على مستقبلها ، وذلك لما أدركه فى طبيعة آلياتها من ميل إلى الهدم بل وابتكار أساليب مستحدثة له . إن هذا الداء الوبيل والمزمن الكامن فى قلبها ، يجعل منها النموذج الاقتصادى المبتكر الذى ينزع دائمًا إلى هدم كل شىء من حوله ، قبل أن يسارع إلى بناء البديل الذى سيحل محله ويواصل أخذ زمام المبادرة فى يده» .

ويطبق كيرى هذا المنظور الاقتصادى الثاقب على الصحافة الأمريكية ، ذلك أن الرأسمالية سوف تتآكل جذورها اقتصاديًا وسياسيًا فى مجال الصحافة التى

يمكن أن تضمر مصادرها وتجف منابعها ، لأن اندماج الشركات الكبيرة وابتلاعها للشركات الأصغر لا يعنى سوى اتجاه السوق الحرة لخنق الديمقراطية السياسية فى المجتمع ، وذلك من خلال حرمان المواطنين من حقهم فى تنوع مصادر المعلومات . فهذه الشركات الكبيرة التى تحولت إلى شركات عملاقة أخطبوطية ، احتكرت الصحافة والإعلام فيما بينها . وهو احتكار للاقتصاد والخبر والرأى أيضًا ، مما يجعل الرأى العام أكذوبة كبرى . فلم يعد هناك سوى رأى خاص بهذه الشركات الصحفية العملاقة ، التى من السهل أن تفرضه على أجهزة الإعلام ، وذلك بسد المنافذ التى يمكن أن تتسرب منها آراء مخالفة أو حتى مختلفة .

وهذا التخوف والقلق من احتكار رأس المال للصحافة الأمريكية ، يرجعان إلى ستينيات القرن العشرين ، وهو التيار الرأسمالى الذى تتبع بن باكديكيان بوادره التى لا تبشر بالخير فى كتابه «احتكار أجهزة الإعلام» الذى صدر فى عام ١٩٨٠، والذى أوضح فيه أنه منذ عام ١٩٦٩ ، بدأ الجهد المكثف لتجميع المؤسسات الصحفية عن طريق دمجها بهدف السيطرة الرأسمالية والسياسية والإعلامية عليها، وهذا تهديد للديمقراطية الأمريكية فى الصميم . ولا شك أن الديكتاتورية الرأسمالية أعتى وأخبث وأرسخ من الديكتاتورية السياسية التى يمكن ضربها فى مقتل عندما يتم القضاء على الطغمة الحاكمة بأية وسيلة فى وقت مواتٍ . أما الديكتاتورية الرأسمالية فتسرى فى جسم المجتمع مثل الدماء فى عروقه ، بحيث تصبح المصدر الوحيد لحياته . ولا تستطيع الصحافة بدورها أن تتوقف عن ضخ هذه الدماء فى عروقها هى أيضًا ، وإلا ضمرت وماتت بمنتهى البساطة . ولا يقتصر هذا الضخ على التوزيع والإعلان فحسب ، بل أيضًا على أساليب التحرير والصياغة وكل ما يجذب أكبر عدد ممكن من القراء : أى السير على النهج الذى ابتكرته الصحف الصفراء منذ قرن من الزمان . ولذلك لم يعد هناك أى حرج لوضع الإعلان فى الأهمية قبل الإعلام ، بل ولا حرج أيضًا فى توظيف الإعلام فى

الإعلان عن الأفكار والتيارات المراد نشرها وترسيخها ، إذ إن الإعلام والإعلان يشتركان فى الترويج لشىء ما ، سواء أكان فكرة أم سلعة .

إن معظم وسائل الإعلام الأمريكية : الصحف ، والمجلات ، والراديو ، والتليفزيون ، والكتب ، والسينما ، أصبحت ملكًا لشركات عظمى لا يتعدى عددها الخمسين . ويقدم باكديكيان صورة مخيفة مدعمة بالإحصائيات التى تبرز الأصابع التى تمسك بلجام الإعلام لتوجهه إلى حيث تريد فى مجتمع يتغنى بالحرية والديمقراطية ليل نهار . يقول :

«إذا ما علمنا أن فى الولايات المتحدة ١٧٠٠ جريدة يومية ، و ١١٠٠٠ مجلة ، و ٩٠٠٠ محطة راديو ، و ١٠٠٠ محطة تليفزيون ، و ٢٥٠٠ دار نشر كبيرة ، وسبعة ستديوهات عملاقة للسينما ، فإن عدد المالكين يجب أن يزيد على الخمسة وعشرين ألف مالك متخصصين فى هذه المجالات الفنية . لكن حقيقة الأمر هى أن خمسين شركة عملاقة مما ليس لها علاقة بالصحافة هى المالك الحقيقى لمعظم هذه المؤسسات . ويتراوح اختصاص هذه الشركات واهتماماتها التجارية بين إنتاج قطع غيار السيارات ، وتكرير قصب السكر ، وشق الطرق وتمهيدها ... الخ . وذلك بالإضافة إلى شركات الكهرباء والتليفونات والبنوك وغيرها من الشركات التى تمتلك الصحف وتعتبرها مجرد فرع من فروعها التجارية» .

ويصل باكديكيان من بحثه الدقيق والمسهب إلى نفس النتيجة التى بلغها جيمس كيرى ، وهى أن مخاطر اندماج الشركات بهذا الأسلوب ، تهديد يمس الديمقراطية الأمريكية فى الصميم لأنه يقضى على التنوع فى مصادر المعلومات التى تعد من أهم قواعدها . ذلك أن المواطن يكون رأيه بناء على ما يتلقاه من معلومات ، وعندما يتم التحكم فى نوعية هذه المعلومات وكمها ، فمن الطبيعى أن يتبعه تحكم فى نوعية الرأى العام دون أن يعى أصحاب هذا الرأى أنه قد صنع لهم

مقدمًا بأسلوب غاية فى الدهاء الذى يوهمهم بأنه من صنعهم ، فى حين أنهم استقوه من المعلومات التى تم توصيلها أو تسريبها إليهم .

ولعل أخطر ما فى الاحصائيات التى وردت فى كتاب باكديكيان «احتكار أجهزة الإعلام» ، يتمثل فى تناقص عدد الصحف بطول القرن العشرين تناقصًا يدل على أن تآكل الصحافة الأمريكية بدأ منذ عقود بعيدة نتيجة لوطأة الضغوط التجارية التى يمارسها النظام الرأسمالى الذى يرى فى الربح هدفًا استراتيجيًا لا يمكن أن يحيد عنه . ففى بداية القرن العشرين كان فى الولايات المتحدة ٢٠٤٢ صحيفة يومية ، وفى عام ١٩٨٠ الذى أصدر فيه باكديكيان كتابه ، انخفض عدد الصحف إلى ١٧٠٠. ولم يتوقف التآكل عند هذا الحد ، إذ يسجل جون ميريل فى كتابه «الصحافة الدولية» الصادر فى عام ١٩٩٣ ، أن عددها انحدر إلى حد لم تعرفه الصحافة الأمريكية من قبل ، إذ بلغ ١٥٧٠ صحيفة فقط . وهذا يعنى أن الصحف الأمريكية آخذة فى الانقراض سواء بالإفلاس والاندثار ، أو بانحشارها فى زوايا أصابتها بالضمور تمهيدًا للقضاء عليها ، إذ يكفى انصراف المعلنين عنها ، مما يقطع عنها شريان الحياة . أما الصحيفة التى تريد مواصلة الحياة أو حتى مجرد الوجود ، فليس أمامها سوى الاندماج فى شركات أكبر ، حتى تدور فى فلكها وتعمل فى خدمتها من أجل زيادة الربح ، ذلك أن هذا الاندماج لامبرر له سوى الربح .

أما مارك ويلاس ، رئيس تحرير صحيفة «لوس أنجيلوس تايمز» ، ومدير عام شركة تايمز ميرور ، فيرى أن الصحافة الأمريكية لن تخرج من أزمتها ، إلا بتحويل قضية المواجهة بين الصحافة والتجارة إلى عملية تفاعل مثمر ومفيد لكلا الطرفين . ذلك أن التناقض بينهما يمكن أن يكون مجرد افتراض لكنه يتحول إلى واقع عندما يتم التصرف على أساسه ، وبنفس المنطق العملى يمكن افتراض التفاعل بل والتجاوب بينهما بتوليد القواسم المشتركة بينهما وتفعيلها لصالح كل منهما . إن هناك من

الأمور ما لا حول ولاقوة لأحد حيالها ، خاصة إذا كانت متعلقة بحركة السوق ، وتحتم تحقيق الأرباح من مهنة الصحافة كى تستمر ، ولذلك يؤكد ويلاس إن الفرص متاحة لتحسين النوعية الصحفية ، والإرتقاء بها شكلاً ومضمونًا ، وتكريس تنوعها . فليس من الضرورى حصر الموضوع فى اختيار بديل من اثنين لا ثالث لهما : إما نوعية صحفية مستقلة أو مؤسسة تجارية ناجحة . وما يعتقده ويلاس فى الحقيقة هو العكس تمامًا ، لأن الأفضل من الوجهة الصحفية هو الأفضل من الوجهة التجارية ، ذلك أن المبدأ التجارى نفسه يؤكد أن السلعة الجيدة كفيلة بأن تروج نفسها بنفسها، فليس هناك أى تناقض بين الجودة والاتقان وبين الرواج والانتشار .

ويحتدم الجدل بين مختلف وجهات النظر مما يدل على دوامة الحيرة التى سقط فيها معظم الذين يحاولون فتح آفاق جديدة للصحافة الأمريكية . فمثلاً تقول دايان بيكر التى كانت تعمل رئيسًا للشئون المالية بشركة «نيويورك تايمز» ، إن صراع الصحافة على البقاء أصبح قضية فى حد ذاته . وبذلك تنضم إلى الذين يحملون هموم العامل الاقتصادى وضغوطه المتصاعدة ، والذين يرون أنه ليس بالضرورة أن يؤدى إنتاج صحافة ممتازة إلى أرباح جيدة ، أو حتى إلى استمرارية المؤسسة الصحفية . كما أن الاستسلام لفكرة الجودة كضمان للثبات فى السوق التجارية وتأمين الأرباح على المدى الطويل ، هو استسلام واهم لأن المدى الطويل فى عالم الصحافة لا يعدو الساعات ، بحكم أن الصحافة جزء عضوى لا ينفصل عن تقلبات المجتمع لحظة بلحظة ، وبالتالى فإن المتغيرات قادرة دائمًا على أن تجرف الثوابت . وإذا كان ضمان الجودة متاحًا فى مجال التجارة سواء بالنسبة للخامة أو السلعة المصنعة ، وذلك من خلال أجهزة المعايرة والقياس التى تمنح علامة الجودة أو ما يعرف باسم «العلامة أو الماركة التجارية والمسجلة» ، فإن هذا الضمان ليس متاحًا فى مجال الصحافة التى تتعامل مع الكلمة أو الفكرة وليس مع السلعة المادية الملموسة ذات المواصفات المحددة . ومن هنا كانت الأخطاء بل والفضائح التى تقع فيها أعرق

الصحف الجادة بين الحين والآخر ، إذ من الصعب معرفة حقيقة ما يدور داخل النفوس التى تعمل فى أية صحيفة ، حيث تختلف النوايا ، وتتعدد الرؤى ، فى عالم من أفكار وكلمات ، تحكمه النسبية ، مهما تشدق بالموضوعية . لكن دايان بيكر تنهى كلمتها عن مصادر الاحتكاك بين القيم الصحفية والحتميات الاقتصادية ، بتأكيدها على أنه لا يوجد حل آخر سوى إحكام التوازن بينهما بطريقة أو بأخرى ، ولن يعدم أساتذة الصحافة وخبراؤها المتمرسون مثل هذه الطريقة . إن المؤسسات الصحفية الأفضل والتجارية الأفضل هى تلك التى تستطيع أن تمد الجسور المتينة والعريضة بين قاعات التحرير والإدارة المالية بهدف خلق التوازن والتفاعل بينهما . فقد أصبحت حقيقة هذا الهدف شرطًا جوهريًا لما تستطيع المؤسسة الصحفية أن تفعله من أجل استمرارها واستيعابها للتقلبات الاقتصادية التى تنتاب المجتمع بصفة متجددة وأحيانًا متزايدة .

ويواصل المشتركون فى ندوة مؤسسة ينمان الإدلاء بدراساتهم وآرائهم واقتراحاتهم وتوصياتهم التى تضاربت فيما بينها ، مما يدل على أن الإشكالية ليست بالسهولة أو البساطة التى قد يتصورها المتفائلون ، ذلك أن جذورها لا تضرب فى تربة الصحافة فحسب ، بل فى تربة المجتمع على نطاق اقتصادى واسع ومعقد ومتشابك وشائك . فمثلاً يقول كيفن جوينتش ، المدير العام والمحلل الاقتصادى لشركة بيروستاين الصحفية ، إنه لا يمكن تجاهل القيم غير الاقتصادية فى الدور الذى يجب على الصحافة أن تنهض به ، وإلا انتفى دورها كصحافة أصلاً . بل إن استقلالية قاعات التحرير هى فى حد ذاتها عامل أساسى لنجاح المؤسسات الصحفية من الناحية الاقتصادية ، على أساس أن التحرير المتقن الذى يحترم عقل القارئ ويعمل على تنويره ، لابد أن يربط جمهرة كبيرة من القراء بالصحيفة . ولذلك يعترض جوينتش على ماجاء فى كلمة دايان بيكر التى قللت فيها من شأن النوعية وأهمية التخطيط للمدى الطويل فى المهنة نتيجة للضغوط الاقتصادية ، فقال فى تعقيبه على كلمتها :

«إن النوعية أو الكيفية هى الأساس ، فإما صحافة أو لا صحافة . وهى حقيقة ترسخت منذ الدور الحيوى والتاريخى الذى قامت به الصحافة فى أثناء الحرب العالمية الثانية ، إذ إن معظم الصحف الناجحة والجديرة بالاحترام اليوم ، هى تلك التى قاومت الإسراف فى الصرف على الدعاية والإعلان ، وافساح مساحات أكبر من اللازم لهما ، فى مقابل الإبقاء على القصص الخبرية والآراء التنويرية كاملة بقدر الإمكان . فالقارئ من الوعى بحيث يحترم الصحيفة التى تحترم عقله . ولذلك فهذه الصحف مازالت مستمرة حتى الآن نتيجة لقوة الدفع التى اكتسبتها منذ أكثر من نصف قرن» .

أما بن تايلور رئيس تحرير صحيفة «بوسطن جلوب» التى أصبحت من الصحف التى تمتلكها شركة «نيويورك تايمز» ، فقد وافق بصفة عامة على ما جاء فى الدراسات والتعقيبات التى ألقيت فى الندوة . لكنه لم يلتزم بمحورها الأساسى الذى يدور حول «الصحافة فى مواجهة التجارة» ، وركز على إعطاء الأولوية لثقة الجمهور كأمانة فى عنق المؤسسات الصحفية ، ذلك أن هذه الثقة هى رأس المال الحقيقى لأية صحيفة ، فإذا ضاعت هذه الثقة ، فإن الصحيفة نفسها تضيع . وهى أكثر رسوخًا من عوامل الجاذبية أو الإثارة العابرة التى تعتمد عليها الصحف الخفيفة أو التجارية . ولذلك يختم تايلور كلمته بقوله : «على الصحف أن تكون تجارة رائجة كصاحب عمل لابد أن يسعى لازدهار مؤسسته ، لكن الأهم من هذا كله أن تحافظ على ثقة الجمهور بها» .

ويعود جيمس كيرى ليضرب على وتر لم يمسه أحد من المشتركين فى الندوة نظرًا للحساسية التى تصيب الأمريكيين عند الكلام عن الدور الذى يمكن أن تقوم به الدولة كنوع من الدعم فى أحد المجالات . لكن كيرى كان من الشجاعة والريادة بحيث داس على هذه الحساسية السخيفة التى ترسخت فى الوجدان الأمريكى نتيجة للقداسة التى يتمتع بها صنم الرأسمالية دون مبرر علمى أو منطقى . لم يجد

كيرى أى منطق فى اعتبار أن الصحافة مجرد نوع من أنواع التجارة ، لأنها لو كانت كذلك بالفعل ، فلماذا نصت المادة الأولى فى الدستور الأمريكى على حصانتها ؟! وهو الدستور الذى لا يمنح حصانة لأى نوع من التجارة !! وبالتالى فإنه يفترض فى الصحافة ألا تكون خاضعة للقوانين التى تطبق على التجارة نفسها .

ويرى كيرى أن الحديث الذى يسعى إلى تعريف ماهية الصحافة هو نوع من المناقشات العقيمة ، لأن القضية الأساسية تتمثل فى مهمة الصحافة وليس فى ماهيتها . وهو بذلك يرد على تحذيرات ستيوارت جارنر من تقبل مساعدات الدولة وغيرها من المؤسسات التى يمكن أن تحجر على حريتها ، ولذلك يؤكد كيرى أنه شخصيًا لا يجد الإعلام التجارى أفضل من الإعلام غير التجارى الذى يمكن أن يكون مدعومًا من مؤسسات رسمية أو شعبية . ومن الواضح أنه يشير بذلك إلى شبكة التليفزيون الشعبى الأمريكى Pbs ، وشبكة الإذاعة البريطانية B B C ، وهما على درجة عالية من الاحترام فى البلدين والذى لم تسىء إليهما مساعدة الدولة ودعمها لهما ، فى حين أن هذا الدعم لم يحد من حريتهما فى التعبير والتحليل على الإطلاق . ذلك أن الدولة الديمقراطية - ديمقراطية حقيقية وغير مزيفة - يمكن أن تدعم وسائل إعلامها كنوع من تدعيم ديمقراطيتها هى نفسها ، ذلك أن هذا الدعم لا يعنى التدخل والفرض والتوجيه بل والصياغة إلا فى الدول الشمولية والديكتاتورية التى تحرص على أن تجعل من أجهزة الإعلام مجرد أبواق تردد شعاراتها ليل نهار وبكل الوسائل الإعلامية والفنية كنوع من غسيل المخ الذى يحيل شعوبها إلى قطعان من الأغنام ، ليس أمامها سوى أن تسير فى الطرق المرسومة والمحددة لها مسبقًا .

وفى كثير من دول العالم ، تثار قضية حرية الصحافة واستقلالها فى إطار العلاقة الثنائية بين الصحافة والدولة ، وضرورة الفصل بينهما حتى لا تتحول مهمة الصحافة إلى مجرد دعاية مباشرة فجة عن توجهات الدولة . لكن هذه العلاقة الثنائية

تأخذ شكلاً أخر فى الولايات المتحدة يتمثل فى العلاقة بين الصحافة والتجارة ، وهى علاقة معقدة ومتشابكة وشائكة لأن التجارة ليست كيانًا متبلورًا مثل الدولة بحيث يمكن التعامل معه بآليات واضحة ، بل هى تسرى فى عروق المجتمع مسرى الدماء فى جسم الإنسان ، وبالتالى يستحيل حصرها أو تقنينها أو منهجتها ، مما يجعل منها معضلة متجددة لابد أن يجد لها رجال الصحافة حلولاً متنوعة لها .

فى حالة العلاقة الثنائية بين الصحافة والدولة ، فإن درجاتها وأشكالها تختلف وتتنوع باختلاف وتنوع نظم الحكم فى الدول التى تدعم صحافتها أو تتدخل فى تسيير أموزها . والمفارقة العجيبة الجديرة بالتسجيل والتحليل أن الصحافة الرسمية فى هذه الدول هى الصحافة الصفراء ، لأنها تلجأ إلى المبالغة فى وصف إنجازات الحكومة بل وتمجيدها ، وتفرد صفحاتها للقصص الخبرية التى تصور الصدى الرائع لها خارج حدود الوطن ، وتختلق الشائعات والأكاذيب بهدف تشويه صورة خصومها ، بل ويمكن أن تصل إلى حد تلفيق التهم . وهذه الصحف الصفراء الرسمية لا تخشى الخسارة أو الإفلاس نتيجة للدعم الحكومى الذى تحصل عليه لتعويض أى هبوط فى التوزيع ، كما أن قوانين بعض الحكومات الشمولية أو الاستبدادية تفرض على شركات القطاع العام أن تنشر إعلاناتها فى هذه الصحف الرسمية . ولعل الفارق الاساسى بين الصحف الصفراء الرسمية فى الدول الديكتاتورية والصحف الصفراء التجارية فى الدول الديمقراطية، أن الأولى تضع توجهات الدولة نصب عينيها لتأكيدها وترسيخها ، فى حين أن الثانية ترى فى توجهات التجارة ، البوصلة التى يجب أن تسير على هديها حتى لا تضل الطريق . وفى كلا النظامين تسعى الصحف إلى التمسح بالدولة لعلها تنال من الحب جانبًا أو العمل بالأساليب التجارية لتدعيم قاعدتها الاقتصادية .

وتفخر الصحافة الصفراء أو الحزبية أو الرسمية فى الدول الشمولية بأنها تحرص على رسالتها كمصدر للمعلومات لأنها تعتبرها نوعًا من الخدمات العامة التى

لا تنتظر فى مقابلها ربحًا ، وإن كانت هذه المعلومات مقننة فى إطار توجهات الدولة، وليست بهذه المثالية أو البراءة التى تبدو بها . وليس هناك نمط عام مشترك بين هذه الصحف لأنها تختلف وتتنوع طبقًا لنوعية الدول والأنظمة الحاكمة فيها ، وكذلك نوعية الصحفيين والقراء والمستمعين والمشاهدين على حد سواء . أما الصحافة الصفراء التجارية فى الدول الديمقراطية ، فهى لا تختفى وراء هذه الأقنعة المثالية ، ولا تخجل من أن تصارح الجمهور بأن فلسفتها - إذا كانت لها أية فلسفة على الإطلاق - هى فلسفة التجارة التى تهدف إلى الربح حتى تستطيع أن تواصل تواجدها وترسخ فعاليتها فى سوق الصحافة ، فالصحافة مهما تشدقت بالرسالة الإعلامية والتنويرية والتثقيفية والحضارية الملقاة على عاتقها ، هى فى النهاية سوق بكل ما تحمله هذه الكلمة من معان ودلالات . والسوق ليست وصمة أو عيبًا ، خاصة فى زمن العولمة ومنظمة التجارة العالمية التى أحالت العالم كله إلى سوق كونية . ومن لا يعرف أو لا يجيد التعامل أو حتى التلاعب بقوانين السوق ، ليس له مكان فى عالم اليوم ، ولن يلوم إلا نفسه .

إن دوامة الحيرة التى تدور الصحافة الأمريكية فى بؤرتها ، دليل على أزمة حقيقية مازالت تبحث عن حسم أو حتى حل فى منتصف الطريق ، حتى لا تدخل فى طرق مسدودة أو متاهات جانبية أو حلقات مفرغة قد تعجز عن الخروج منها . وإذا كانت الصحافة الأمريكية تعانى من هذه الأزمة برغم كل أسباب القوة التى مازالت كامنة فيها ، فمن الطبيعى أن تدخل الصحف ، فى دول أخرى كثيرة ، فى هذه المتاهات التى يمكن أن تجعل منها مجرد نشرة حكومية أو رسمية أو حزبية أو لعبة للتسلية فى أوقات الفراغ ، خاصة بعد أن أصبحت الأخبار تجارة بالمعنى العام للكلمة ، وبالتالى فإن صياغتها أو اختصارها أو تفسيرها أو تطويلها ، عمليات صحفية وتحريرية تمارس يوميًا من أجل تحقيق أهداف معينة ، ليست تجارية واقتصادية فحسب ، بل وسياسية واجتماعية وثقافية وفكرية أيضًا ، إذ من المستحيل الفصل

بين هذه الأهداف التى تشكل فى النهاية منظومة ضخمة ومتكاملة للعملية الصحفية بأسرها ، بصرف النظر عن الاختلاف فى نوعيات الصحف وتوجهاتها الاستراتيجية أو التكتيكية .

وكان من الطبيعى ألا يغفل المشاركون فى ندوة «مؤسسة نيمان» عن الجدوى الاقتصادية للصحف نفسها ، وهى جدوى خاضعة تمامًا لكل تيارات السوق وتقلباتها التى تتمثل فى الزيادة المستمرة فى أسعار الورق ولوازم الطباعة ، والتى تؤدى بالطبع إلى زيادة أسعار الصحف التى ترتد سلبيًا على الاقتصاديات الصحفية . وطبقًا للنظام الرأسمالى الأمريكى ، فإن الزيادة فى الأسعار لا تعنى سوى التخلص من أعداد متتابعة من الصحفيين كى تسد رواتبهم العجز المتوقع فى انخفاض أسعار الأسهم المشاركة فى المؤسسات الصحفية . وفى الندوة التى ناقشت اقتصاديات الصحافة ، كانت كلمة ماكسويل كنج الذى عمل مساعدًا لرئيس تحرير صحيفة «فيلادلفيا إنكوايرر» ، بمثابة تلخيص للمعادلة الصعبة التى لازالت تستعصى على الحل والتوفيق بين القيمة الصحفية والحتمية الاقتصادية ، قال :

لم يفت المسئولون عن الإدارات المالية تكرار التعبير المركز على احتمالات زيادة أسعار الطباعة ، وبالتالى إطراد نسبة تدنى الأسهم المالية التى تمثل قوة الدفع الأساسية للمؤسسات الصحفية . وفى الوقت نفسه فات هؤلاء أن يعبروا عن تخوف مماثل من احتمالات تدنى المستوى الصحفى ، مما يؤدى بالتالى إلى تدنى اقتصاد الصحيفة أو المجلة . ولقد صدمت فى الندوة السابقة عندما رأيت رجال الأعمال المشاركين فيها يحاضرون فى اهتماماتهم بالقيمة الصحفية مع عدم اصرارهم على جنى الأرباح ، وكأن الصحفيين يعملون فى فراغ اقتصادى ، فى حين أن اثنين من الناشرين أعربا عن تخوفهما من انخفاض أسعار الأسهم فى الشركات الصحفية عند أول زيادة تلحق بأسعار الطباعة ، وذلك دون أن يشيرا إلى أى تخوف من انخفاض نسبة الأسهم بسبب تدنى النوعية أو القيمة الصحفية . لكن الحقيقة التى أصبحت راسخة ولا يمكن تجاهلها هى أن النجاح من وجهة نظر مؤسسات وشركات

الإعلام ، بدأ يقاس بالمعايير الاقتصادية وحدها ، وهذه ظاهرة خطيرة لابد أن تقاوم باعادة عقارب الساعة إلى مركز الصحافة . فمهما قيل فإن القضية فى النهاية هى قضية صحافة وليست قضية تجارة» .

أما رأى ديفيد فاينج كبير مخرجى شبكة التليفزيون الشعبى الأمريكى Pbs ، فيقدم وجهة نظر مختلفة أو إضافية بالنسبة لكل ما أثير فى الندوة . فقد ألقى الضوء على الضغوط الضمنية التى يرزح الصحفيون تحتها ، خاصة تلك التى تتعلق بفكر الصحفى ورؤيته ومنهجه وهو يقوم بعمله ، والتى تواجهه بسؤال لابد أن يجيب عنه ليحدد موقفه منه وهو : هل يحقق فى عمله ما يريد هو نفسه تحقيقه ، أم أنه يعمل لإرضاء جمهور الصحيفة بأية وسيلة ممكنة ؟! وفى الواقع فإن فاينج بتحديده لهذا السؤال ، وضع تقنينًا واضحًا بين الصحافة القومية الجادة التى تمنح محرريها الفرصة لكى يبرزوا وجهة نظرهم التى يشترط فيها توافر العمق والجدية والاستنارة حتى يرى القراء ما كانوا عاجزين عن رؤيته من قبل ، وبين الصحافة الصفراء التجارية التى ترى أن القارئ أو الزبون هو دائمًا على حق ، ويجب أن يقدم له ما يحب أن يراه ويقرأه وليس ما يجب عليه أن يراه ويقرأه . وقد أثبتت التطورات الصحفية فى السنوات الأخيرة نجاح الصحافة الصفراء سواء فى مجال التوزيع أو الإعلانات وتفوقها على الصحافة الجادة ، نتيجة للمد التجارى الطاغى الذى غرقت فيه صحف جادة عديدة دون أن يمد لها أحد يد الإنقاذ والمساعدة . ولذلك خفتت نغمة التعالى أو الاستهزاء التى كانت تميز أحاديث كبار الكتاب الصحفيين عندما يذكرون الصحف الصفراء . بل إن مصطلح «الصحافة الصفراء» لم يعد يذكر كثيرًا كما كان من قبل نظرًا لأن الأزمة الراهنة أصبحت تجتاح المنظومة الصحفية فى أمريكا بأسرها ، وإن كانت الصحف الصفراء أكثر قدرة على التعامل معها ، بحكم أنها غير مجبرة على تغيير جلدها مثل الصحف الأخرى ، إذ إن جلدها هذا مناسب تمامًا لهذه التطورات الطارئة بل وقادر على استيعابها .

ويختم فاينج كلمته بأنه لم يعد فى إمكان معظم الصحفيين أن يكتبوا أو يحرروا كل ما يريدون التعبير عنه بمنتهى الحرية ، بعد أن أصبح فى داخلهم رقيب شخصى لكل منهم ، سواء أكانوا واعين به أم غير ذلك ، يجعلهم يكتبون فى ظل حرصهم على نوال إعجاب الجماهير ، خاصة بعد أن أصبحت فرص كتابة وتحرير موضوعات وقصص خبرية معقدة وجادة ، ثقافية أم أدبية أم إخبارية ، ضعيفة ومتعثرة هذه الأيام . قال فاينج هذا الكلام الصريح برغم أنه يعمل لشبكة تليفزيون غير تجارية ومدعومة من الحكومة الأمريكية ، ولا تجبر كتابها ومحرريها على أن يكونوا رهن رغبات الجماهير وميولها ، وإن كان فاينج قد عبر عن أهمية معالجة الموضوعات المعقدة والجادة بل وضرورتها طالما أن الفرصة متاحة لعل الجماهير تعتادها وتصبح مصدرًا من مصادر التنوير الفكرى والثقافى لها .

لكن ما يقوله فاينج كممثل لشبكة غير تجارية ومدعومة ، لابد أن يتناقض مع ما يقوله وليم ويتلى الذى يعمل فى شبكة أخرى تعد فى مقدمة الشبكات التجارية فى الولايات المتحدة ، والتى تتفنن فى إعلاناتها ذات الجاذبية التى لاتقاوم ، والتى تفرد لها مساحات تطغى كثيرًا على المساحات المخصصة للمواد الإعلامية . فمن الطبيعى أن يجد ويتلى كل التبريرات الممكنة لتخفيض إنتاج هذه الموضوعات المعقدة والجادة لأنها لا تناسب المعلنين الذين بدونهم ، أو حتى بدون بعضهم ، لا تستطيع الشبكة أن تواصل عملها . خاصة أن الإعلان لم يعد مادة تقريرية جافة عن سلعة معينة ، بل أصبح يملك من الجاذبية والإثارة والتسلية ، ما يجعل المشاهدين ينتظرون تكراره . ولا شك فإن الارتباط بمجرد الإعلان عن السلعة لابد أن يؤدى إلى شرائها . ولا حرج فى أن يسيطر الإعلان على الإعلام ، ويستولى على أكبر مساحات ممكنة ، لأنه بدون إعلان لن يكون هناك إعلام . وهذه حقيقة من حقائق الصحافة المعاصرة ، وأية محاولة لتجاهلها سيدفع الجميع ثمنها غاليًا ، خاصة بعد أن أصبح توزيع الصحيفة أو المجلة عاملاً غير حاسم فى دعم جدواها الاقتصادية .

ومع سريان العولمة الاقتصادية والتجارية ، تراجعت إلى الخلف قيم ومبادىء ومفاهيم كانت تعتبر من المثل التى لا يمكن أن تمس فى مجال الصحافة القومية والعريقة والجادة . منها على سبيل المثال ، أن المسئولية الملقاة على عاتق الصحفى هى تجاه المواطن بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة ، وليس تجاه أصحاب الأسهم فى الشركة أو المؤسسة الصحفية . وخاصة أن الجيل القديم من الصحفيين والمحررين أو الذين يمكن تسميتهم بالحرس القديم ، قد أخذوا فى الانقراض ، ومعه انقراض الحرج فى اتباع أساليب فى الصياغة والتحرير والتصميم تلبى أهواء أكبر نسبة ممكنة من القراء ، وهى الأهواء التى يضعها المعلنون نصب أعينهم . أما القضايا والهموم الاجتماعية التى لا ينضب معينها ، فيمكن الإقلال منها بقدر الإمكان ، خاصة أنه لم يعد فى نفوس القراء المعاصرين متسع للمزيد من القضايا والهموم . أما الصفوة من القراء المثقفين ، فالصحف لا تمثل مصدرًا أساسيًا لفكرهم وثقافتهم ، كما أنهم لا يمثلون نسبة كبيرة بين قراء الإعلانات والمقبلين على شراء سلعها ، وبالتالى فليس لهم دور مؤثر سواء فى التوزيع أو التسويق .

ويوضح الخبير الإعلامى الأمريكى هربرت أ. شيللر فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» ، أن الخطاب الإعلانى أصبح واحدًا من أهم مفردات الخطاب الإعلامى وأخطرها بصفة عامة . فمن خلاله استطاع الإعلام أن يتلاعب بأحاسيس المشاهدين ومشاعرهم العفوية التلقائية ، بهدف امتلاكهم والسيطرة عليهم من خلال تقييد قدرتهم على الاختيار الحر ، وبالتالى تطويعهم وتدجينهم فى خدمة السلطة والسلعة . وقد استفاد النشاط الإعلانى من التقدم التكنولوجى المبهر للإعلام ، استفادة مكنته من التسلل إلى أحاسيس المواطن وأفكاره فى كل لحظة من لحظات يومه ، ومحاصرته فى أى مكان يذهب إليه ، بعد أن امتلك كل أسباب السيادة بل والسطوة على الصحيفة والمجلة والراديو والتليفزيون . ولم تعد هناك رسالة إعلامية بالغة التأثير بصورة مستمرة ومتجددة ومتنوعة مثل رسالة التسويق ،

لدرجة أن الإعلام برمته أصبح تحت رحمة النشاط التجارى الإعلانى ، خاصة فى الدول التى لا تعمل على تدعيمه بحجة طرد أية شبهة قد توحى بالحجر على حريته .

ونظرًا للجبروت الذى اعتاد رأس المال أن يمارسه على شتى مناحى الحياة فى الدول الرأسمالية على وجه الخصوص ، فإن النشاط الإعلانى أصبح يملك القدرة على إزاحة أية عقبة تقف فى طريقه ، مثل قدرته على عقاب شبكات أو قنوات الاتصال الجماهيرى التى قد تعترض على بعض إعلاناته أو أساليب تنفيذها . وخاصة أن الإعلان لم يعد مجرد تعريف بالسلعة وإمكاناتها التفصيلية ، بل يمكن أن يمثل عمودًا فقريًا لبرامج ترفيه أو مسابقات ذات جوائز مغرية . وهى برامج يشترك فيها مخرجون ونجوم كبار ، ولها جاذبية خاصة للجمهور . وفى مجال الصحف والمجلات ، فإن عين القارئ يمكن أن تقع على الإعلان الجذاب المغرى قبل أن تنتقل إلى العناوين الرئيسية ، ذلك أن المادة الإعلانية تهم القارئ بصفة شخصية سواء أكان محتاجًا للسلعة المعلن عنها أو واقعًا تحت إغراء شرائها واقتنائها ، أما المادة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية العامة فلا تهمه بالقدر نفسه لأن رأيه فيها لا يؤثر فى التوجهات التى تتخذها .

وقد تحول الإعلان إلى ثقافة تجارية بكل ما يحمله مفهوم الثقافة من معان ودلالات عقلية وسلوكية ، نظرية وعملية . وإذا كانت الثقافة العملية قادرة على استيعاب أنشطة الحياة بصفة عامة ، فقد أصبح الخطاب الإعلانى قادرًا بدوره على تجاوز وظيفته النفعية التجارية ليحتل موقعه المؤثر الفعال ضمن منظومة الخطاب الثقافى . وتكمن خطورته فى أنه يختزل الوجود البشرى فى بعد واحد هو الاستهلاك ، ولا شىء غير الاستهلاك ، ويعتبر قمة نجاحه فى تحويل البشر إلى أسراب من الجراد ، تحط بين حين وآخر على الحقول التى تنجذب اليها ، ثم تتركها جرداء قاحلة . وهى النتيجة التى تسعد المنتجين والمعلنين لأنهم سرعان ما يكدسون

مراكز التوزيع والمحلات بالسلع التى خلت منها ، ثم يشنون حملات إعلانية جديدة لجذب أسراب الجراد مرة أخرى وهكذا . وبذلك لا تتوقف عجلة الاستهلاك الجهنمية ، وتصبح قيمة الإنسان مرتهنة بدوران هذه العجلة ، لأنها تقاس بمدى قدرته على الاستهلاك المادى ، أما قيمته الثقافية والفكرية والروحية والإنسانية بصفة عامة فليست فى الحسبان .

إن آليات الخداع الإعلانى لا حدود لها ، فهى تعتمد أساسًا على الإثارات الحسية والانفعالية والانطباعية والتلقائية بل والعفوية التى لا تتطلب إعمالاً للتفكير أو تأملاً من العقل ، لأنها تضرب على أوتار المتعة واللذة وحب الامتلاك ومواكبة روح القطيع بعد غسل مخه ، وفى الوقت نفسه تشق مسارات وهمية ليتدفق فيها الوعى أو بمعنى أصح اللاوعى . وهذه ليست مبالغة لفظية لأنها أقرب إلى أعمال السحر منها إلى أى تأثير آخر . وكان المفكر الإعلامى يورى برونفنبرنر قد قدم بحثًا إلى «مؤتمر الاتحاد الوطنى لتعليم الأطفال الصغار» فى عام ١٩٧٠، بعنوان «من يعتنى بأطفال أمريكا؟» أوضح فيه أن التليفزيون تفوق كثيرًا على كل الحيل التى برعت فيها الصحافة الصفراء من قبل ، والتى اعتبرها الكثيرون صحافة الأوهام ، عندما قال : «بنفس أسلوب الساحر القديم التى كان يتبعة فى السيطرة على الحاضرين ، أصبح التليفزيون قادرًا على عرض توليفة متتابعة من الصور فى أطر وأضواء وحركات كأنها تعويذة سحرية بمعنى الكلمة . فهو يفقد المشاهدين القدرة سواء على الحديث أو الفعل ، ويحولهم من أحياء إلى أصنام صامتة مادام السحر مستمرًا» .

والصورة الإعلانية سواء أكانت ساكنة على صفحات الجريدة أو المجلة ، أو متحركة على شاشة التليفزيون ، تمزج الواقع بالخيال ، أى الاتجاهات الفكرية المضمرة التى يمكن أن تصل إلى درجة الأيديولوجيا ، بالانطلاقات الخيالية لعالم افتراضى أو أسطورى ممتع . ولا يعرف المتلقون حدودًا فاصلة بين الاتجاهات والانطلاقات ، لأن

الاقتناع لا ينفصل عن الاستمتاع . وهى اللعبة التى تجيدها الأفلام الأمريكية التى تدس فى ثناياها رسالة فكرية أو أيديولوجية للترويج لها بأساليب درامية مثيرة ، بحيث لا يشعر المشاهدون بالصبغة الإعلانية التى تنطوى عليها هذه الأفلام . وهى صبغة دعائية أساسًا لأنها تروج لفكرة أو أيديولوجيا مجردة ، وليست إعلانًا يروج لسلعة مادية ملموسة ، لأنه لا يمكن قطع سياق الفيلم وتقديم مثل هذا الإعلان . ولذلك كانت الصحافة والتليفزيون بالإضافة إلى إعلانات ولافتات الطرق والميادين ، بمثابة الوسائل الأساسية التى تستخدم الصورة المرئية فى جذب عيون المتلقين للسلعة المعلن عنها ، إذ يمكن نشر الإعلان المصور فى أى مكان مناسب على صفحات الجريدة أو المجلة ، أو عرضه على شاشة التليفزيون من خلال الفقرات الإعلانية سواء بين البرامج أو فى داخلها ، أو فى الطرق والميادين .

ومن الواضح أن الصحافة الصفراء كانت بمثابة مدرسة حقيقية لفنون الإعلان والدعاية ، خاصة فى مجال المزج بين الخبر والرأى ، أو بين المادة الإعلامية والترويج الإعلانى . بل أصبح للرأى أفضلية على الخبر لترسيخ فكرة أو اتجاه معين ، وللإعلان أفضلية على الإعلام لأنه مصدر أساسى للتمويل . ومن يدرس الأساليب التى ابتكرتها واتبعتها الصحافة الصفراء منذ ظهورها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، سيجد أنها هى نفسها التى اتبعتها فنون الإعلان والدعاية منذ أن فرضت نفسها على الساحة الإعلامية والفنية . فليس هناك أى حرج أو تردد فى استخدام أى أسلوب مبتكر أو وسيلة جريئة أو فكرة يمكن أن تكون مذهلة أو مفاجئة لدرجة إحداث نوع من الصدمة . وكانت الصحف القومية أو الجادة أو العريقة تربأ بنفسها أن تلجأ إلى مثل هذه الحيل والألاعيب من أجل الحفاظ على هيبتها ووقارها ، لكن مع الزمن أدركت هذه الصحف أن سلوكها المحافظ يمكن أن يسبب لها خسائر لا تستطيع تغطيتها ، وخاصة أن الإيقاع اللاهث والصاخب الذى يحياه

القراء والمشاهدون فى حياتهم اليومية ، أفقدهم القدرة على الالتفات للإعلانات الهادئة أو الوقورة أو الرزينة ، لدرجة أن الإحساس بالمفاجأة أو حتى الصدمة ، إن أمكن ، أصبح شرطًا للإعلان الناجح الذى يجذب القراء والمشاهدين بل ويصبح مثار حديث فيما بينهم . وكما درجت الصحافة الصفراء على أن تخلق أو تختلق عالمًا وهميًا جميلاً لقرائها عبر قرن من الزمان ، فقد أصبح الإيهام أو الوهم الساحر سلاح أى إعلان يسعى لاختراق الوعى أو اللاوعى عند المتلقين .

وكما استغلت الصحافة الصفراء الآليات السيكلوجية منذ نشأتها لجذب القراء ، فقد سار فن الإعلان على هذا النهج واستغله بكل الأساليب الممكنة . ولذلك يعمد خبراء الإعلان ومعهم المعلنون إلى جذب انتباه الناس عن طريق إشباع بعض الغرائز والنزعات والرغبات . ومن الطبيعى أن تلعب الغريزة الجنسية دورًا حيويًا فى دفع القراء إلى تأمل تفاصيل الصورة أو الصور التى يحتوى عليها الإعلان. وهى غالبًا ما تكون لنساء غاية فى الجمال إذا كان الإعلان موجهًا للرجال ، أو لرجال غاية فى الوسامة إذا كان موجهًا للنساء ، خاصة فى الدول الغربية التى لا تجد حرجًا فى نشر مثل هذه الصور التى قد تعتبرها دول أخرى صورًا فاضحة ، وإن كان هناك بعض الدارسين الأمريكيين الذين تبنوا وجهة نظر مختلفة . ففى أغسطس عام ٢٠٠٣ ، كشفت دراسة أمريكية عن أن مشاهد الجنس والعنف ليست من عوامل الجذب فى الإعلانات التجارية ، بل إنها قد تشد انتباه القراء أو المشاهدين لدرجة أنها تفقدهم القدرة على التركيز على مضمون الإعلان نفسه . وهى دراسة أجراها براد بوشهان أستاذ علوم النفس بجامعة ميشيجان ، وأوضح فيها أن الإعلانات التجارية العادية «غير المثيرة» التى تستخدم وسائل الدعاية الحانية والرقيقة التى تضرب على أوتار المشاعر الرهيفة داخل الجمهور ، مثل استخدام صور الأطفال والحيوانات والطيور والمناظر الطبيعية وغيرها ، تحدث تأثيرًا أكبر بنسبة ٢٠٪ لدى القراء والمشاهدين ، عن الإعلانات التى تستخدم صور الجنس أو العنف.

لكن براد بوشهان لم يلتفت فى دراسته إلى الغرائز الأخرى التى يضرب خبراء الإعلان والمعلنون على أوتارها ، إذ إن التركيز على غريزة واحدة ، مهما كانت جذابة ومؤثرة مثل الغريزة الجنسية ، قد يؤدى إلى الملل نتيجة التعود والتكرار . فهم يستغلون أيضًا غريزة حب الظهور ، وغريزة حب التملك والاقتناء ، وغريزة حب الاستطلاع ، وعاطفة الأبوة أو الأمومة ، وعاطفة الشفقة والحنان ، وعادة التقليد والمحاكاة ، وحب الفكاهة والدعابة والمرح ... الخ ، وذلك لتحقيق الهدف المنشود ، وهو بيع السلعة إلى أكبر عدد ممكن من العملاء ، وبالتالى الحصول على أكبر قدر ممكن من الأرباح . ولذلك فإن العبرة ليست باستخدام الجنس أو العنف كما يقول براد بوشهان ، وإنما بعناصر الطرافة والجاذبية والابتكار والمفاجأة التى يحتوى عليها الإعلان ، وهى عناصر متعددة ومتنوعة بل ولا يمكن حصرها . فمثلاً لابد أن يجذب القراء إعلان يحتوى على صورة أسد أو نمر فى وضع تأهب للدعاية عن فيتامينات ، أو صورة طفل أو طفلة جميلة لإعلان عن مدرسة جديدة للحضانة ، أو أم تحتضن طفلها ، أو مشهد فكاهى ينطوى على مفارقة كوميدية ... الخ . وهى مشاهد وصور ومواقف تختلف وتتنوع مع كل سلعة معلن عنها على حدة ، وإن كانت الإيحاءات الجنسية من أسهل الوسائل التى يمكن اللجوء إليها .

وإذا كان كل من جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست رائدا الصحافة الصفراء قد ركزا على أهمية المنظومة الصحفية التى تنطوى على عناصر التكرار والتنويع والاستمرار بهدف التمسك الدائم بجذب القراء ومتابعتهم للقصص الخبرية والموضوعات والتحقيقات التى تحرص على أن ترتدى أثواب أو أقنعة السبق الصحفى ، فإن الإعلان عندما تبلور كعلم وفن ، وجد فى هذه المنظومة الصحفية وسيلة فعالة لكى يصل الإعلان إلى أعلى درجاته فى التأثير على القراء أو المشاهدين . ولابد من التفاعل المثمر والإيجابى بين هذه العوامل الثلاثة ، بنسب يحددها خبراء الإعلان الصحفى أو التليفزيونى طبقًا لكل حالة إعلانية على حدة .

ذلك أن التكرار دون تنويع يتحول إلى رتابة إعلانية لابد أن تثير الملل عند القارئ الذى سيمر بالإعلان مر الكرام عندما تقع عيناه عليه للمرة الثالثة أو الرابعة دون أن يطرأ عليه أي تنويع . كذلك فإن الاستمرار ضرورى لكل من التكرار والتنويع حتى لا تضعف قوة الدفع التى يجب أن تنطوى عليها أية استراتيجية إعلامية ، مما يوحى للقارئ أو المتلقى أن السلعة المعلن عنها أصبحت من حقائق العصر التى لا يمكن تجاهلها . وهو ما أكده عالم الإعلام والدعاية ليوناردو . دوب فى كتابه «الرأى العام والدعاية» الصادر فى عام ١٩٤٩ .

إن التكرار كعامل إعلانى ودعائى مؤثر ، يمكنه أن يقوى ويدعم الجسور والصلات المعتادة بين القراء والمعلنين ، لأنه يثير الاستجابة للقيام بالفعل المطلوب، بشرط أن يكون كل إعلان عرضًا جديدًا للسلعة بطريقة مبتكرة كى يأتى بنتيجة إيجابية عندما يعرف القراء شيئًا جديدًا عنها . كما يساعد التكرار على استمرار تأثر القراء بالحملة الإعلانية والحيلولة دون استجابتهم لدوافع أخرى مختلفة ، ربما تكون أقوى أثرًا فى نفوسهم . ومن المعروف أن كثرة الإعلان عن صنف تجارى معين فى مختلف الصحف والمجلات ، تدفع القراء إلى استعماله ولو من قبيل التجربة وليس بدافع الحاجة اليه . فمثلاً نجد القارئة التى تقع عينها على إعلان عن مسحوق للوجه، قد لا تشعر برغبة فى شراء هذه السلعة فى حين أنها على استعداد طيب للاستجابة بصفة عامة . فاذا حانت مناسبة أخرى أدركت فيها عيبًا فى المسحوق الذى تستعمله ، فلابد أن يدفعها تكرار الإعلان إلى تجربة المسحوق المعلن عنه . ولذلك يوضح ليونارد دوب أن التكرار نوع من التربص بالمستهلك إلى أن يتم اصطياده .

أما التنويع كعامل مؤثر فإنه يستطيع أن يقوى إدراك القراء لإغراء السلعة التى تداعب مشاعرهم وأفكارهم فى أشكال متعددة . فالطبيعة البشرية لا تحتمل التكرار النمطى الذى سرعان ما يصيبها بالسأم ، حتى لو بدت مبهورة عند إطلاعها لأول

مرة على إعلان ينطوى بالفعل على مؤثر قوى . فهذا المؤثر تضيع فعاليته بمجرد أن يألف القارئ أو المشاهد تفاصيل الإعلان المتكرر ، فلا يلتفت إليه لأنه لم يعد يرى فيه شيئًا جديدًا . ومن هنا كانت ضرورة تغيير شكل ومحتوياته سواء فى فترات منتظمة أو غير منتظمة . كذلك فإن التنويع لا يفيد فقط فى جذب الذين لم ترقهم الحملة الدعائية الأولى ، بل إنه يحدث ويثير الاستجابات الشخصية التى لم تظهرها الحملة السابقة . ولا شك أن التكرار والتنويع يكفلان صفة الاستمرار للحملة الإعلانية أو الدعائية ، ويجعلان المعلن على صلة دائمة بالمستهلكين .

ولم تقتصر الصحافة الصفراء على استخدام منظومة التكرار والتنويع والاستمرار فى مجال الإعلان والدعاية فحسب ، بل استخدمتها كمنهج عام للتحرير والصياغة ، وخاصة أنها تلجأ لكل الأساليب والحيل والألاعيب التى تجعلها رائجة عند القراء والمعلنين . فقد مزجت بين الخبر والرأى بلا أدنى حرج ، بل ومزجت بين الإعلان والمقالة بحيث ابتكرت ما يمكن تسميته بالمقالة الإعلانية ، بحيث تبدو المقالة لأول وهلة وكأنها تنطوى على مادة علمية موضوعية ورصينة ثم يكتشف القارئ بالتدريج أنها تعلن عن سلعة معينة بعد أن يكون عقله قد تشرب مضمونها . ذلك أن خبراء الإعلان يعرفون هوايات القراء وميولهم ورغباتهم بحيث يشكلون أو يصوغون الإعلانات بالأسلوب الذى يشبعها .

وكانت الصحف والمجلات القومية والجادة ، حتى خمسينيات القرن العشرين ، تنظر إلى الإعلان والدعاية نظرة دونية . كان رؤساء التحرير والمحررون والكتاب الصحفيون ينفرون من تلك الدعاية التجارية والإعلانات أشد النفور ، لأنهم اعتبروها دخيلة على الصحافة ، ونوعًا من الطفيليات التى تعيش على دماء التحرير ، وذلك برغم فائدتها فى أحوال كثيرة للقراء ، وبرغم الحقيقة التى لا يمكن تجاهلها أو تجاوزها وهى أن الصحافة لا تستطيع أن تعيش بدون إعلانات . وفى

النصف الأول من القرن العشرين ، بذلت محاولات عدة لإصدار صحف بدون إعلانات - كما فعلت صحيفة P . M . الأمريكية فى أول عهدها - ولكن باءت جميعها بالفشل ، واضطر القائمون على تلك الصحف أن يرضخوا للأمر الواقع ، وأن يبحثوا عن الإعلان بنفس الطرق التى اعتادتها الصحف الصفراء التى كثيرًا ما اعتبروها صحافة تجارية رخيصة لاهدف لها ولارسالة سوى الربح والمزيد من الربح.

وقد سبقت الصحف الصفراء صحفًا كثيرة أخرى فى مجالات الريادة الإعلانية . وكانت الخبرات الإعلانية التى اكتسبتها هذه الصحف قد أثرت إلى حد كبير فى وضع تقاليد الإعلان كعلم حديث . وهذه نتيجة طبيعية لأن كل العلوم التى عرفها البشر تبلورت من خلال التجارب والخبرات التى مارسها المهتمون بالمجال الآخذ فى التبلور . فقد أثبتت الصحف الصفراء أن الدعاية المستمرة قادرة على أن تصنع المعجزات إذا تواصلت لشهور وأعوام دون كلل أو ملل وبتنوع أخاذ ومبهر ، إذ يمكن أن يحول الناس من النقيض إلى النقيض . والإعلان الذى يستمر فى حملته إلى النهاية ، فإنه يظفر بأكبر عدد من المستهلكين ، ذلك لأن كل حملة إعلانية لابد أن تحدث أثرها فى نفوسهم ، ويظل هذا التأثير زمنًا قصيرًا أو طويلاً . ثم لا يلبثون أن يتعرضوا لمؤثرات أخرى قد تكون أقوى من التأثير السابق فتقضى عليه . وهكذا يبدو مجال الإعلان محيطًا متلاطم الأمواج ، وبالتالى يصبح المستهلكون فى تقلب مستمر بين شد وجذب ، نتيجة للأحداث الطارئة والحملات الإعلانية المضادة . لكن قد تكون الدوافع المؤثرة فى بعض الأحوال من القوة بحيث لا تستطيع أية حملة إعلانية طارئة أو حديثة أن تغير اتجاهات المستهلكين ونزعاتهم وأحوالهم السيكلوجية بوجه عام ، وخاصة أن الأسس الراسخة للرأى العام من دينية وتاريخية وقومية وثقافية ، يصعب القضاء عليها أو تغييرها .

وعنصر الخيال أو الوهم الذى يعد من أهم الأسلحة التى استخدمتها الصحافة الصفراء فى السيطرة على وجدان القارئ وانفعالاته ، وجعله سلس القياد

ومشحونًا بالحماس لما يقرأه ، هو العنصر نفسه الذى تفنن خبراء الإعلان فى اللعب به . فالإعلان فى مواجهة القارئ يبث فيه أوهامًا وتخيلات لا يستطيع أن يقاوم سحرها ، لكنها سرعان ما تتحول إلى واقع بمجرد أن يشرع فى التصرف بدافع منها. ذلك أن المضمون الوهمى أو الخيالى للإعلان يوحى للقارئ بأنه يقول الحقيقة ، لأن الهدف الأساسى للمنتج أو المعلن هو إسعاد المستهلك والارتقاء به إلى مستويات لم يبلغها من قبل . وهذه كلها إيحاءات ممتعة تصعب مقاومتها ، لأنها مشحونة بحيوية الصورة واللون والتكوين والجمال ، وهى حيوية قد تصل فى بعض الأحايين إلى درجة الإباحية التى تشكل جاذبية لا تقاوم لعدد كبير من المراهقين وعشاق اللذة.

وكانت هذه الإباحية مثار هجوم شديد من المعنيين بالشئون الدينية والتربوية والأخلاقية على الصحف الصفراء وبعد ذلك على الإعلانات ، سواء استخدمت هذه الإباحية الكلمات الوصفية الموحية أو الصور الجذابة ، خاصة بعد تقدم تكنولوجيا الطباعة تقدمًا جعل من الصور لوحات فنية ومن تصميم الصفحات التى أصبحت متعة حقيقية لعيون القراء . ونظرًا لأن الدول الغربية لا تجد حرجًا فى عرض القضايا الجنسية ومناقشتها بأسلوب قد تعتبره دول أخرى فى منتهى الإباحية ، فقد وجدت الصحف الصفراء فرصة تجارية ذهبية لترويج نسخها وإعلاناتها فى ظل هذه الحرية التى تعتبر إباحية فى نظر دول محافظة . وهى حرية تمارسها أجهزة الإعلام والعروض المسرحية والأفلام السينمائية والصحافة والكتب البورنوجرافية (المغرقة فى الإباحية) ، وإن كانت الصحف الصفراء تربأ بنفسها أن تصل إلى هذا المستوى المتدنى من الإثارة الفجة والإباحية الرخيصة ، لأنها من الذكاء بحيث تمسك بالعصا من نصفها . فهى تستفيد من بعض الومضات التى قد يعتبرها البعض إباحية ، لكنها فى الوقت نفسه تتناول موضوعات الساعة التى تجرى على ألسنة الناس فى التجمعات والجلسات الخاصة والمحادثات التليفونية ... الخ

وهى إذا كانت لا تتخلى عن أساليبها المثيرة التى تتلاعب بمشاعر القراء ، لكنها تحرص أيضًا على نوع من الجدية غير الصارمة التى تكسبها احترام قرائها ، وتنفى عنها أى اتهام بأنها صحافة رخيصة . من هنا كانت الحيوية التى تمنح الصحف الصفراء قوى دفع متجددة ، ومتاحة فى الدول الديمقراطية . أما الصحافة الصفراء فى الدول الشمولية ، فهى صحافة الزعيم الأوحد أو صحافة الحزب الواحد ، أو إعلانات المشروعات والشركات الدائرة فى فلكه ، وإن كانت تشترك مع نظيرتها فى الدول الديمقراطية فى اللجوء إلى المبالغة والتلفيق والاختلاق وايهام الجمهور بأنه ليس فى الإمكان أبدع مما كان ، ليس بهدف الرواج التجارى وجذب الإعلانات ، ولكن بهدف المزيد من تمجيد الزعيم ونظامه الحاكم . إذا كان النظام الشمولى علمانيًا ، فلا مانع من اللجوء إلى الإباحية الجنسية سواء فى التحرير أو فى الإعلان بهدف شغل الجماهير بهذه الملاهى المجانية ، أما إذا كان النظام الشمولى ثيوقراطيًا ، فالإباحية محرمة تمامًا، وجسد المرأة ممنوع تمامًا من الظهور ، ولا أى جزء منه ، سواء أكان فى صورة أو موصوفًا فى مقالة أو تحقيق صحفى .

وكانت الصحف الصفراء رائدة فى ابتكار الحيل الإعلانية التى جعلت الإعلانات سيدة الموقف على صفحاتها ، سواء بأسلوب مباشر أو بأسلوب مقنع ، على شكل صور أو مقالات ، وهى الحيل التى اتبعتها بعد ذلك بعض الصحف المحافظة أو الجادة التى وجدت فيها انقاذًا عاجلاً لها من أزماتها الاقتصادية التى قد تقضى عليها فى أى وقت . ويوضح هربرت شيللر فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» أن من دلالات تطور آليات التضليل الإعلانى ، اعتمادها على العملية التجزيئية كتقنية إعلامية حيوية يتم من خلالها نشر الوعى الإعلانى بطابعه الاستهلاكى الصرف . فمن خلال هذه التقنية التى أطلق عليها باولو فرير اسم «المنظور البؤرى» Focalized View ، تتحول الصحف ، على اختلاف أنواعها ، إلى حشد من

الصفحات المتخمة بمواد يتم توزيعها على الصفحات بشكل جزافى فى أغلب الأحايين وطبقًا لما تتطلبه الإعلانات من وضوح وبروز وجذب سريع للعين . ذلك أن المجلات تتعمد تقطيع المقالات ، وإنهاء المقطع بالعبارة الشهيرة «التفاصيل أو البقية صفحة كذا» ، ثم نقل معظم النص إلى الصفحات الداخلية للعدد ، بطريقة تدفع القراء إلى تقليب الصحفات الممتلئة بالمادة الإعلانية حتى يتابعوا القراءة .

ويوضح هربرت شيللر أن المنظومة الإعلامية مليئة بالثغرات والفراغات المقصودة والمحجوزة مقدمًا لشغلها بالإعلانات المتنوعة عن السلع من كل نوع ، والتى لم تعد مقصورة على الصحف والتليفزيون ، لأن الحث على الشراء لابد أن يحاصر بكل إغرائه المستهلك من كل اتجاه ممكن . والإغراء الإعلانى الذى برعت فيه الصحف الصفراء ، انتشر بعد ذلك انتشار النار فى الهشيم فى الحياة اليومية للأفراد ، لقدرته على إصابة تفكيرهم التأملى والتحليلى والموضوعى بما يشبه الشلل نتيجة للإلحاح المبهر الذى يشع من الإعلانات التى أصبحت فى حد ذاتها أعمالاً فنية بمعنى الكلمة ، وقادرة أيضًا على حصار هؤلاء الأفراد فى أي اتجاه تتطلع اليه أنظارهم ، إذ يجرى استخدام الأنفاق ، والطرق الرئيسية والسريعة ، ووسائل المواصلات الجوية والبرية والبحرية ، والبريد ، والكتابات السماوية بالدخان الأبيض ، وأزياء اللاعبين فى المباريات الجماهيرية ، بل وملابس الشباب على اختلاف أشكالها وأنواعها ... الخ . وقد بلغت سطوة هذه الأدوات الإعلانية الجارفة درجة من اللامبالاة الكاملة فى تعاملها مع أى حدث سياسى أو اجتماعى أو اقتصادى ، بحيث تقحم هذه الإعلانات نفسها عنوة فى سياق هذه الأحداث ، وبصرف النظر عن القضايا والموضوعات التى تطرحها ، وكأنها تحولت إلى مجرد خلفيات تتحرك أمامها الإعلانات ، أو مجرد أحداث غريبة لا تهم أحدًا .

وبالإضافة إلى الوظائف المعروفة للإعلان ، والتى تتمثل فى ترويج السلع ، وإثارة حاجات استهلاكية جديدة ، وتجميل النظام سواء فى الدول الشمولية أو

الدول الديمقراطية ، فإنه يوفر خدمة أخرى للأنظمة الحاكمة وأيضًا للمؤسسات الضخمة المتعددة الشركات ، ذلك أن اقتحام الإعلان لصفحات الصحف وقنوات الإعلام فى تقديمها للقصص الخبرية والتحقيقات الصحفية وحتى الأعمال الإبداعية الجادة ، من شأنه أن يضعف قابلية الجمهور للاهتمام بالدلالات السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية للأحداث أو القضايا أو الموضوعات المطروحة ، مع العلم بأن هذا الاهتمام ضعيف أصلاً نظرًا للصخب أو الدوى الإعلامى بل والإعلانى الذى ينسف فى عقل المتلقى أية معلومات مفيدة وإيجابية يمكن أن يكون قد التقطها ككائن اجتماعى مثقف واع بمعطيات عصره وسلبياته .

من هنا كان الدور السياسى والاجتماعى والاقتصادى بل والثقافى الخطير الذى ينهض به الإعلان ، لأنه عندما يندس بإلحاح وكثافة وسط المقالات الجادة ، والتحقيقات الصحفية الباحثة عن الحقيقة ، والقضايا الحيوية التى تمس مصائر البشر ، والبرامج الإذاعية والتليفزيونية التى تسعى لتنوير العقول ، فإنه يشتت تفكير القراء وهم يتابعون المواد الصحفية والإعلامية الجادة التى لاتملك جاذبية الصور والسلع المغرية المعلن عنها ، بحيث لا تبرح مخيلتهم ، بل ويمكن أن تحتل مساحتها تمامًا فى أذهانهم . وبذلك يتم تفريغ كل المواد الجادة من قيمتها التنويرية والتثقيفية التى تهدف إلى نشر الوعى بين جماهير القراء والمشاهدين والمتلقين بصفة عامة ، بحيث تتم برمجة عقولهم داخل قوالب جامدة تعوق أية محاولات لممارسة التفكير الشخصى الواعى .

وكما اهتم علماء النفس والسيميولوجيا أو السيميوطيقا (علم العلامات أو الدلالات) بدراسة جذور الصحافة الصفراء وفروعها وخصائصها اللغوية والإعلانية ، اهتموا أيضًا بدراسة وتحليل لغة الإعلان المرئى بمجرد أن تبلورت دلالاتها السيكلوجية والسوسيولوجية ، سواء على مستوى بنيتها التحتية الخفية أو بنيتها

الفوقية الظاهرية . وقد أثبت العلماء والدارسون سواء فى مجال الصحافة الصفراء أو مجال الإعلان أن هناك أرضًا مشتركة بين المجالين ، خاصة فيما يتصل بالضرب على الأوتار الانفعالية والحسية واللاعقلانية داخل المتلقين ، وذلك بخلق جو من الإثارة المبهرة بل والوهم اللذيذ ، لا يملكون سوى أن يستسلموا له تمامًا ، كما لو كان حلمًا جميلاً لا يريدون أن يستيقظوا منه ، عندئذ يصبح شراء السلعة تحقيقًا لهذا الحلم الجميل . وإذا كان سيجموند فرويد رائد مدرسة التحليل النفسى قد اتخذ من الدوافع الجنسية وعلاماتها ودلالاتها ورموزها فى الأحلام محورًا لدراساته وتحليلاته التى فسر بها أسبابًا خفية عديدة لسلوكيات غامضة وغير مفهومة ، ولا تبدو فى الظاهر أنها تمت لهذه الدوافع بأية صلة ، فإن الصحف الصفراء ومن بعدها الإعلانات ، استطاعت أن تتخذ من هذه الدوافع قوة دفع لها للانتشار الجماهيرى وترويج مختلف السلع ، أى قوة دفع اقتصادى لا غنى عنه أبدًا .

أما دلالات هذه الدوافع الجنسية وايحاءاتها فتختلف من شخص إلى آخر اختلاف بصمات الأصابع ، لأنها تضرب على أوتار خاصة به داخله . فهو اختلاف فى الدرجة والنوع ، لكن قل من يملك القدرة على كبت هذه الدوافع أو تجاهلها تمامًا ، إذ لابد أن تكون هناك استجابة أو انفعال من نوع معين حتى لو كان رفضًا . ومن الطبيعى أن يكون الإعلان المشحون بهذه المثيرات أعمق وأشمل تأثيرًا من الإعلان الذى يخاطب عقل المتلقى بمنطق هادىء متماسك . فالإعلان الأول ينومه مرئيًا فيستسلم له ، فى حين يوقظ الإعلان الثانى تفكيره العقلانى فيدخل فى جدل مع منطقه الهادىء المتماسك ، قد ينتهى إلى صرف نظره عن شراء السلعة لأنه ليس فى حاجة حقيقية إليها . وإذا كانت الصحف الصفراء تطبق مبدأ «الإعلان قبل الإعلام» ، فذلك لأنها تؤمن بأن اللذة كانت دائمًا قبل أو فوق الفكر، وخاصة أن الحس يشترك فيه كل المستهلكين ، أما الفكر فيكاد يقتصر على المثقفين

أو حتى على الصفوة منهم . ولذلك قالت الباحثة الإعلامية والسوسيولوجية الروسية أولجا فارونينا فى دراسة لها عام ١٩٩٩ بعنوان «حرية الكلمة والشكل النمطى للمرأة فى وسائل الإعلام» ، إن الإيحاءات الجنسية التى تطفح بها أغلبية الإعلانات ، جعلت جسد المرأة محورًا لها لقدرته الفائقة على جذب عين الرجل والمرأة على حد سواء . بل إن جلين ويلسون فى كتابه «سيكلوجية فنون الأداء» يرى أن شخصية المرأة - وليس مجرد جسدها - أكثر قدرة على التعبير والإيحاء من الرجل ، خاصة أن المرأة غالبًا ما تكون أكثر اقترانًا بالسلعة المعلن عنها بحكم أنها تشكل النسبة الغالبة من المستهلكين . وبالتالى فإن المرأة يمكن أن تقترن بعدد لا يحصى من السلع ، إذا ما قورنت بالسلع المرتبطة بالرجل . ذلك أن سلع الملبس والأناقة وتوابعها الخاصة بها ، وكذلك سلع الطعام والنظافة والمفروشات والأثاث والأجهزة الخاصة بمنزلها ، وكذلك احتياجات أطفالها وأبنائها المنزلية والمدرسية والترفيهية ، كل ذلك وغيره من اختصاصها ، ولذلك فإن دلالتها الإعلانية لا تقف عند حدود الإيحاء الجنسى بل يمكن أن تتجاوزها إلى الإيحاء الأسرى والزوجى والمنزلى ، وما ينطوى عليه من دفء عاطفى واستقرار أسرى وزواج غير ممل . وقد أدركت الصحف الصفراء ، منذ وقت مبكر ، أهمية المرأة فى الرواج التجارى ، فجعلت منها قاسمًا مشتركًا مغريًا فى معظم إعلاناتها .

وكان الباحث الإعلامى الروسى ب مورادوف قد نشر عام ١٩٩٧ دراسة بعنوان «الغريزة الجنسية كمحرك للإعلان» فى مجلة «أرجومنتى إفاكتى» التى تصدر فى موسكو ، وفيها استشهد بنماذج على سبيل تحليل بنيتها التحتية لإبراز دلالتها ولغتها التى تلمح ولا تصرح ، كى يستخرج المتلقى معانيها المقصودة ، وبذلك يشارك إيجابيًا فى إعادة إنتاج الإعلان ، ويصبح أعمق تأثرًا به . ومن النماذج التى حللها مورادوف ، إعلان عن ولاعة للسجائر ، طبع على جانبها عبارة

«لا ترفض أبدًا» ، وإلى جانبها صورة لامرأة عارية ، وعلى الجانب الآخر ، صورة رجل يدخن بلذة واستمتاع . ولا تعنى العبارة مع الصورتين سوى الحماقة البالغة لمن لا يقتنى مثل هذه الولاعة المعجزة التى ستؤدى به إلى ممارسة متعة أعمق وأكبر من مجرد اقتنائها ، فهى مجرد مفتاح سحرى لما سوف يجرى بعد ذلك . وفى المجتمع التجارى الذى يلهث وراء الربح بأى أسلوب ، لم يعد هناك من يضع فى اعتباره القيم الأخلاقية التى تحض على تجنب الإثارة الجنسية من أى نوع . وبالتالى لم يعد هناك أى حرج أو حساسية فى استخدام جسد المرأة كطعم لاصطياد المستهلك كى يشترى السلعة المعلن عنها . بل إن الشخص الذى يرى فى الإعلان المغرى والمثير جنسيًا ، شيئًا ذميمًا وسافلاً ومنحطًا ، أصبح فى نظر خبراء الإعلان فى الدول الغربية على وجه التحديد ، شخصًا محدود الأفق ومقيدًا بقيم فات أوانها .

أما الناقد والمحلل السيميولوجى الإيطالى أومبرتو إيكو فقد كتب دراسة فى عام ١٩٩٩ بعنوان «آليات الإلهاء فى نهاية القرن» ، حلل فيها بإسهاب العلامات أو الدلالات أو الإيحاءات الكامنة فى البنية التحتية لنماذج متنوعة من الإعلانات ، بنفس الأسلوب السيميولوجى أو السيميوطيقى الذى اتبعه فى نقده وتحليله للأعمال الأدبية والفنية فى دراساته ومحاضراته لطلبته . فقد طبق هذا المنهج التحليلى على إعلان مصور فى إحدى الصحف البريطانية عن نوع من الصابون ، يغرى السيدات باستعماله . والصورة التى تلخص وتكثف الرسالة الإعلانية تظهر تحت عنوان «جاذبية كامى» وهو اسم هذا النوع من الصابون ، وتقدم منظرًا تبدو فيه فتاة حسناء ذات بشرة تنطق بنعومتها ، فى حين تنطوى نظرتها المتألقة على استجابة قبول وترحيب وترقب لنظرات وله بها من شاب وسيم الطلعة ومتدفق بالحيوية والجاذبية ، وفى الخلفية جزء من لوحة تشكيلية ، انكب عليها شيخ تجاوز الستين من عمره ، وقد انهمك فى تأملها وتفحصها فى صالة المزادات الشهيرة فى لندن

«سوثبى» . أما التعليق المنشور أسفل الصورة ، فيقول : «من كان فى إمكانه الفوز بتحفة فنية ثمينة ، فإن قلبه يستطيع أن يأسر سحر «كامى» الذى يخلب اللب . وأنت أيضًا ياسيدتى ، تستطيعين أن تخلبى لب مثل هذا الرجل ، إذا استعملت «كامى» ذلك الصابون النفيس المخصص للعناية ببشرتك ، فهو الغنى بالعطور الفرنسية التى تذهب بعقول الرجال . إن عطره غال جدًا ولا يستطيع أحد أن يقاومه . ضعى ثقتك فى «كامى» لسحره الذى يمكنك من أن تجعلى الرجال يهيمون بك جنونًا ، فلا أحد يستطيع مقاومة قوة جذبه وسحره المشع بالعطور الفرنسية» .

ويبدو أن إيكو قد وجد ضالته فى هذا التعليق الإعلانى الطويل ليمارس قدراته السيميولوجية أو السيميوطيقية فى تفكيك بنيته التحتية ورصد علاماته ودلالاته ، إذ إنه يكاد يبلغ مرتبة الموقف الروائى أو الدرامى الذى تنتشر إيحاءاته على مساحات سيكولوجية أوسع وأبعد كثيرًا من حيزه اللغوى المعلن . ولذلك يتجنب ايكو الحديث عن المعانى المباشرة للصورة والتعليق لأنها لا تضيف كثيرًا ، وإنما يركز على ظلال المعانى والدلالات الكامنة تحت السطح الظاهر لعين القارئ أو المشاهد ، فيقول :

«على مستوى ظلال المعانى التى تثيرها أيقونة المرأة : أى السيدة الجميلة بالمقاييس المتعارف عليها ، مثل تلك التى تبدو من الشمال الأوروبى ، غالبًا من إنجلترا ، مما يدل على مكانتها الاجتماعية الرفيعة وطبقتها الأرستقراطية ، وإلا لما ترددت على قاعة سوثبى لشراء ما يعجبها من تحف . وهى فى الوقت نفسه ، مثقفة لأنها تدرك قيمة الأعمال الفنية المعروضة ، كما أنها ذات ذوق رفيع للأسباب نفسها ، وهى إن لم تكن إنجليزية ، فهى سائحة من طبقة موسرة . أما الشاب فيبتسم فخورًا بفحولته وثقته بنفسه على طريقة نجوم السينما والدعاية . وهو بدوره ، إذا دل مظهره على أنه إنجليزى ، فإنه يبدو سائحًا موسرًا ، ومثقفًا وعلى ذوق رفيع . وهذا

التناغم الرائع بين الاثنين ، يجعل الناظر إلى الصورة يدرك أن ثمة بداية لتوتر غرامى رقيق بينهما . أما الاهتمام المركز الذى يوليه الرجل العجوز للوحة التشكيلية فى وقفته خلف الشاب ، فيؤكد أن وجود تلك الحسناء قد شد انتباه الشاب إليها فلم يعد ينظر إلى اللوحة الثمينة ، مما يرسخ الإحساس بالعلاقة الصامتة الناشبة بين الاثنين والتى تمثلت فى افتتان واضح لكليهما ، بحيث أصبحت الفتاة مصدر الفتنة ومحورها فى الإعلان» .

وعلى الرغم من أن إيكو يسهب فى تفسير ظلال المعانى وإيحاءاتها أكثر من اللازم ، إلا أنه يثبت سيميولوجيًا أن لغة الإعلان أصبحت من الخصوبة والثراء بحيث تستطيع أن تحتوى المستهلك فكرًا وسلوكًا فى إطار من الانفعال المثير واللذيذ . ولذلك يحلل إيكو العلاقة العضوية أو الجدلية بين دلالات الصورة ومفردات النص الإعلانى المكتوب ، بهدف الغوص فى أعماق البنية التحتية للإعلان ، فيقول :

«من الواضح أن النص اللغوى يدعم النص المرئى فى هذا الإعلان ، لكنهما لا يكرران بعضهما البعض ، إذ إن الصورة تنطوى على علامات تشير إلى سمات ثقافية رفيعة كعشق الفن ، والرحلات ، والذوق الرفيع ... إلخ ، فى حين لا يكرر النص اللغوى المصاحب للصورة ذلك المعنى ، إذ إنه لا يتحدث عن الذوق الرفيع أو عشق الفن ، وإنما عن الفوز بتحفة ثمينة ، مما يعنى أنه يترجم الإيحاءات الثقافية والفنية الرفيعة إلى حسابات اقتصادية ، أى أن الرسالة المرئية فى الإعلان تخاطب عددًا محدودًا من المتلقين ، فى حين يوجه النص اللغوى المصاحب للرسالة المرئية ، خطابه إلى جمهور واسع» .

وأصبح الدارسون والمحللون السيميولوجيون يفسرون الإعلانات كما لو كانت أعمالاً فنية تحتمل تفسيرات سوسيولوجية وسيكلوجية واقتصادية وثقافية وإعلامية وفكرية وسلوكية ، نظرًا لدلالاتها وعلاماتها المتعددة والمتنوعة . فقد بلغ فن الإعلان

مرحلة من التعقيد والتركيب ، جعلته سيد الموقف بالنسبة لمعظم المستهلكين الذين كثيرًا ما تدفعهم روح القطيع إلى إلغاء قدرتهم على التأمل والتحليل والتفكير المنطقى ، والإقبال على شراء سلع قد لا يكونون فى حاجة حقيقية إليها . ولذلك يضيف الباحث السيميولوجى الألمانى جورجن لنك منظورًا آخر إلى نفس الإعلان الذى تناوله أومبرتو إيكو ، إذ يرى أن الرسالة الخفية التى يبثها الإعلان من خلال الصورة ، تخاطب أساسًا المرأة المتلقية للإعلان بالمعانى التالية :

«بهذا النوع من الصابون المعلن عنه ، يمكنك العثور على فتى أحلامك . ومادمت تستعينين بهذا الصابون من أجل جمالك ، فأنت نفسك تصبحين تحفة فنية مثل تلك الأعمال الفنية التى ذهبت لرؤيتها . وهى الدلالة التى توحى بها صورة المرأة التى تبرز فى مقدمة الإعلان ، كما لو كانت تنظر فى مرآة مواجهة لها خارج إطار الصورة ، بعد أن اكتملت زينتها باستعمال ذلك المنتج الساحر» .

ويبدو التشابه واضحًا بين الأساليب التى تتبعها الصحف الصفراء وتلك التى تسير على نهجها الإعلانات ، من حيث إنها أساليب تحرص على أن يكون ما تقدمه للقارئ أو المشاهد أو المستهلك نوعًا من حلم اليقظة الجميل المغرى الذى يضعه فى منطقة وسط بين الحلم واليقظة ، فيستمتع بسحر الحلم الذى لن يظل أسير منطقة الأحلام ، لأنه قادر على تحويله إلى حقيقة أو واقع طالما أنه يملك القدرة الشرائية لاقتنائه . كذلك فإن نسبة القصص الخبرية والتحقيقات الصحفية والأنباء المختارة بعناية ، والتى تميل إلى الولوج فى عالم أحلام اليقظة فى الصحف الصفراء، تكاد تكون أضعاف تلك التى تواجه مرارة الواقع ومآسيه ، إلا إذا كانت فى هذه المرارة والمآسى مواقف ميلودرامية ساخنة ومثيرة تجذب القارئ لالتهامها . وبذلك يتم استئناس المتلقى بحيث يتجاوز دوره النفعى التجارى العابر ، ليصبح مجرد مفردة من مفردات الخطاب الثقافى الجديد الذى يختزل وجوده البشرى فى بعد واحد هو الاستهلاك ، سواء أكان استهلاك الصحيفة بشرائها أو استهلاك السلعة

المعلن عنها بشرائها أيضًا ، أى أن الخاصية الأساسية التى أصبحت تميز إنسان العصر الحديث أنه كائن مستهلك - بكسر اللام - وربما أدى به هذا إلى أن يصبح كائنًا مستهلكًا - بفتح اللام - لأنه سيفقد قوة الدفع التى يمنحها التفكير الخلاق والابتكارى والتأملى لصاحبه ، نتيجة للدوامات الإعلانية التى تصيبه بالدوار وتسحبه إلى قاعها دون أن يدرى . وفى مواجهة هذا الطوفان العاتى الجارف ، يعلن المفكرون الإعلاميون والسوسيولوجيون الأصلاء مقولة خطيرة تعرى حقيقة الموقف بعيدًا عن دوى الإعلان وصخبه ، وذلك حين تعلن «إن أسوأ المجتمعات هى تلك التى يفهمها المعلنون ولا يفهمها المستهلكون» .

فقد أصبح المعلنون بمثابة القطط المتربصة بالمستهلكين الذين لا يملكون قدرة الفئران على المناورة والهرب ، وإنما يشبهون الفئران التى لا تتخذ من دروس الفئران التى وقعت فى المصيدة طمعًا فى قطعة الجبن داخلها ، عبر أجيال لا تحصى ، عبرة تجعلها تتجنب ما وقع فيه الآباء والأجداد . فلم يزل الإعلان بمثابة المصيدة ذات الباب المفتوح وداخلها قطعة الجبن اللذيذ ، كما لم يزل المستهلك بمثابة الفأر الذى يسيل لعابه لقطعة الجبن التى صرفت نظره أو شغلته عن رؤية الباب الذى سيوصد عليه بمجرد ولوجه إلى المصيدة . وهذا تشبيه بدائى للغاية لأن المجال أصبح معقدًا وزاخرًا بكل أنواع الدهاء والخبث المسلحة بأحدث أدوات التكنولوجيا .

لقد كان فن وعلم الإعلان من أنجب التلاميذ فى مدرسة الصحافة الصفراء. فكما فعل روادها وأساتذتها ، فعل خبراء الإعلان الذين لم يتوانوا عن ابتكار كل ما هو جديد وتوظيفه فى مجالات التخدير أو التنويم أو التضليل الإعلانى من أجل تغييب منطقه العقلانى لكى يحل محله وعى استهلاكى مكثف يكون بمثابة البوتقة التى ينصهر فيها وعيه الثقافى العام ، بحيث يصبح أكثر طواعية وتقبلاً واستيعابًا ثم حماسًا للإعلانات المغرية المشحونة بكل أنواع السلع والمنتجات الاستهلاكية المغرية

التى تحاصره فى كل مكان ووقت . ونظرًا لأن المد التجارى والمادى تحول مع الزمن إلى طوفان جارف عات ، فقد أثبتت الأيام أن الزمن يسير فى صالح الصحف الصفراء والإعلانات بكل أنواعها ، لأنها أجادت لغة هذا العصر من عقود سابقة ، وهى اللغة التى تحاول الصحف القومية أو الجادة أو المحافظة أن تجيدها الآن بعد أن كانت تربأ بنفسها عن التحدث بها . قد أصبح الإعلان سيد الموقف بمعنى الكلمة ، لدرجة أن هناك صحفًا تخصصت فى نشر الإعلانات فقط . وأصبح مقياس نجاح أية صحيفة أو مجلة بضخامة وكثرة الإعلانات التى تنشر بها ، لدرجة أن كثيرين من القراء يتصفحون أولاً الإعلانات ثم يركزون على إعلانات السلع التى تهمهم ، وبعد ذلك تجرى عيونهم على عناوين القصص الخبرية ، والتحقيقات الصحفية ، والأعمدة ، والمقالات ، والحوارات ... الخ . لكن تظل الإعلانات قادرة على فرض نفسها على الأفراد أو الأسر بصفة شخصية ، إذا توافرت نية أو إغراء الشراء ، فى حين تظل المواد الإعلامية والخبرية تهم القراء بصفة عامة ، وقد ينسونها بمجرد قراءتها أو لا يكملونها . ومن هنا كانت مصداقية المقولة التى تؤكد أن الإعلان أصبح السيد المطاع للإعلام .

الفصل السابع

صحافـة الحقائـق الضائـعة

من الواضح أن الفوارق التى حاول بعض الصحفيين ترسيخها بين الصحافة الصفراء والصحافة التقليدية ، على أساس أن الأولى هى صحافة تجارية تسعى للربح بينما الثانية هى صحافة تنويرية تسعى لتوصيل رسالتها ، هذه الفوارق أخذت تتلاشى مع مرور الزمن ، خاصة فى أزمنة الصراعات والأزمات والحروب الزاخرة بالمؤامرات والأكاذيب والفخاخ والألاعيب التى لا يكاد عصر أو عقد يخلو منها . وكل الصحف ، على اختلاف أنواعها ، تعتبر أن من واجبها الوطنى أن تشارك فى صناعة هذه المؤامرات ، واختراع هذه الأكاذيب ، ونصب هذه الفخاخ للإيقاع بالأعداء ، ولتذهب كل الحقائق الموضوعية إلى الجحيم . ذلك أنه فى اللحظات المصيرية التى يمر بها الوطن ، تصبح صحفه ومجلاته بل وكتبه أسلحة مباشرة فى يد قادته ، يفعلون بها ما يريدون ، وتصبح مصداقيتها بالتالى رفاهية لا معنى لها ، بل وخطرًا على الأمن القومى نفسه .

وتكمن المفارقة العجيبة فى أن الصحافة الجادة تكاد تتبادل الأدوار مع الصحافة الصفراء فى مراحل التحول المصيرى . ذلك أن السلطات تظن أن مصداقية الصحافة الجادة أعلى بكثير من تلك التى تتقمصها الصحافة الصفراء ، وبالتالى فإن المواد والموضوعات والقصص الخبرية التى تستقيها من السلطات ، تتعرض فى معظم مراحلها لكثير من «الفبركة» والاختلاق والتزييف والتشويه والتشتيت بهدف خلق صورة سلبية للعدو ، حتى لو لم يكن هكذا . ولا تخجل الصحافة الجادة من القيام بهذه المهمة «الوطنية» التى تعتبرها دعمًا إعلاميًا ومعنويًا

وفكريًا للمجهود الحربى . أما الصحافة الصفراء فتستخدم أدواتها التى اشتهرت بها من قصص ساخرة ورسوم كاريكاتيرية ونكات وطرائف ومفارقات تجعل المواطنين يضحكون من العدو مما يمنحهم ثقة بالنفس ، ويرفع روحهم المعنوية . وهى كلها نوع من الإبداعات الفنية والصحفية التى لا تحمل شبهة الكذب أو تزييف الواقع ، إذ إن الخيال الفنى لا ينطوى على أية شبهة كذب أو تزييف . ولذلك فإن أهم الأسس التى نهضت عليها الصحافة الصفراء ، كانت الفكاهة والسخرية والكاريكاتير ورسوم الشرائط المسلسلة . وكانت شخصية «الفتى الأصفر» أو «الصبى الأصفر» التى ابتكرها الفنان ريتشارد فيلتون أوتكولت مع مولد الصحافة الصفراء فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، هى السبب فى تسمية هذه الصحافة بالصفراء ، نتيجة للمعركة الشهيرة التى وقعت بين جوزيف بوليتزر صاحب جريدة «نيويورك ورلد» ووليم راندولت هيرست صاحب جريدة «نيويورك جورنال» الذى أغرى أوتكولت بأجر أكبر فاجتذبه لجريدته التى نقل إليها رسومه التى تتخذ من «الفتى الأصفر» بطلاً لها ، مما أجبر بوليتزر على إشعال معركة حامية الوطيس مع هيرست ، واستدعاء رسام آخر لمواصلة رسوم نفس الشخصية .

ومن المعروف أن نسبة الفكاهة والسخرية والكاريكاتير فى الصحف الصفراء تزيد بمراحل كبيرة عنها فى الصحف الجادة ، وظلت من خصائصها البارزة حتى الآن . وهذه النسبة العالية من هذه المواد هى التى أدت إلى ابتكار ما يمكن تسميته «بالصحافة الفكاهية» التى لاقت رواجًا كبيرًا فى معظم البلاد التى انتشرت فيها بحيث يصعب حصرها سواء أكانت صحفًا أم مجلات . وهى صحف لا تعانى من ضياع مصداقيتها لأنها تصنع مصداقيتها بنفسها . فهى لا تنقل الواقع وتصوره وبالتالى يمكن محاسبتها على مدى أمانتها وصدقها أو تزييفها وتحريفها له ، بل تنقده وتعريه ، وحتى إذا بالغت فى تصويره أو تحريفه ، فإنها تفعل ذلك بهدف إثارة

الضحك والسخرية منه . وكثيرًا ما تفعل الصحف الصفراء هذا لأنه يعد من أسبابَ رواجها ، فقد أدركت أن الناس فى هذا الزمن المضطرب المرهق القلق ، أصبحوا فى أشد الحاجة للترويح عن أنفسهم بالضحك والفكاهة والسخرية من سلبيات الواقع الذى لا تتوقف عن التفاقم .

ولعل المأزق الذى تعانى منه الصحف الجادة ، أنها تركز على هذا الواقع الزاخر بالكآبة والتشاؤم واليأس من الخروج من الأنفاق المظلمة التى تتوالى فى سلسلة لا نهاية لحلقاتها . وهو الواقع نفسه الذى يحاصر المتلقين فى كل لحظة من لحظات اليوم ، من خلال الشبكات الفضائية التى تجعل منه طوفانًا يغمر الأبصار والأسماع . فليست هناك فى أجهزة الراديو والتليفزيون أخبار سوى الصراعات والحروب والأزمات والقتلى والجرحى ، ثم يأتى غضب الطبيعة ليكمل مأساوية الصورة بأعاصيره وفيضاناته وزلازله وبراكينه وبيئته التى تلوثت وتراوحت بين موت البشر غرقى فى الفيضانات أو ضحايا الجفاف والتصحر ، وكأن كوكب الأرض برمته أصبح على كف عفريت . وتتمثل مشكلة الصحافة الجادة فى أن الجمهور تشبع تمامًا بهذه الكوارث والمآسى التى لا ترحم أبصاره وأسماعه لحظة واحدة ، وهى نفس المادة التى تستقى منها هذه الصحافة موضوعاتها . وبالتالى يفقد الجمهور حماسه لقراءة ما سمعه أو شاهده من قبل فى أجهزة الإعلام الأخرى ، حتى لو كانت هناك مقالات وآراء وتحليلات تغوص فى الأسباب التى أدت إلى هذه المحن.

وهذا المأزق لا تعانى منه الصحافة الصفراء لأنها تعزف نغمات مشوقة بضربها على أوتار مختلفة ، فيجد القراء فيها ما لا يجدونه سواء فى الصحافة الجادة أو الراديو أو التليفزيون ، بل إنها تأخذ فى بعض الأحايين مما تقدمه هذه الوسائل الإعلامية من برامج أو مسلسلات أو آراء أو مقالات أو أحاديث أو حوارات أو تحقيقات ... إلخ مادة للنقد والسخرية ، خاصة بأسلوب المحاكاة الساخرة Parody ،

بحيث يضحك القراء من أوجه المفارقة بين الوقائع التى تبدو غاية فى الجدية وبين صورها التى تبدو غاية فى السخرية والهزل . وعندما أدركت الصحف الجادة نجاح هذه الأساليب المشوقة للجمهور ، لجأت إليها ولكن فى حدود ضيقة للغاية حتى لا تتهم بأنها أصبحت صحافة صفراء أو خفيفة ، فاستكتبت كاتبًا أو اثنين من الذين اشتهروا بأسلوبهم اللاذع أو الساخر ، لكن الوجبة لم تكن دسمة أو شهية بما فيه الكفاية ، بحيث عجزت هذه الصحف عن مجاراة الصحف الصفراء فى هذا المضمار التى أحرزت فيه قصب السبق .

وكان من المتوقع أن تبحث الصحف الجادة عن قوى دفع جديدة تساعدها على مواصلة مسيرتها دون تعثر . واكتشفت بالفعل أن الكوارث والأزمات والحروب التى تعتبر اختبارًا حاسمًا لمصداقية السلطة فى مواجهتها ، يمكن أن تشكل قوة دفع لها كصحافة قومية تتحالف مع السلطة لمواجهة الأخطار التى تهدد الوطن ، حتى لو لجأت إلى الكذب والخداع والتزييف بل والتآمر ، لأنه فى سبيل الوطن يهون كل شىء . وهى حجة تبدو فى ظاهرها براقة ووطنية ، لكنها فى حقيقتها فقدان للمصداقية الصحفية التى كثيرًا ما تشدقت بها هذه الصحف ، ذلك أن تعاونها مع الأجهزة السياسية والمخابراتية لابد أن يجعل منها مجرد أدوات تستخدمها لأغراضها التى قد لا تدرك هذه الصحف أبعادها وأعماقها الحقيقية ، فتفقد بذلك ريادتها الإعلامية والصحفية والفكرية والتنويرية ، بل وقدرتها على مجرد الممارسة الديمقراطية ، لأن الأبواق لا تردد سوى ما تنطق به الأفواه الكامنة خلفها ، وتصبح الصحافة الجادة أو العريقة أو المحافظة بمثابة صحافة الحقائق الضائعة لأنها تتناول حقائق لا تدرى أسبابها أو مساراتها أو كنهها ، أو بمعنى آخر فقدت حريتها فى البحث والتقصى والدراسة والتحليل . وذلك برغم كل ما قيل فى تمجيد حرية الصحافة كأحد أعمدة الممارسة الديمقراطية ، خاصة فى زمن الحرب . فمثلاً استشهد رئيس الوزراء البريطانى ونستون تشرشل فى خطاب له فى مجلس

العموم فى ١٢ نوفمبر ١٩٤١ بمقولة للسير بيرسى هاريس حين قال إن النقد فى زمن الحرب هو شريان الحياة الديمقراطية . ومع بداية الحرب العالمية الثانية أكد هنرى سلون كوفن فى أكتوبر ١٩٣٩ على أن الديمقراطية تنهض على إيمان مثلث : الإيمان بكفايات الرجل العادى الذى يعهد إليه بحق التصويت ، والإيمان بقوة الحقيقة الواضحة تلقائيًا ، والتى من المفروض أن تجذب العقول المستنيرة إليها ، والإيمان بالكون كمكان صالح لنظام اجتماعى يستند إلى مبدأ عام تقوم عليه الأخوة البشرية . أما المفكر السياسى راسل دافنبورت فقد قال فى مجلة «فورتشن» عدد أغسطس ١٩٤١ ، إن أعظم خطر تواجهه الديمقراطية ليس ذكاء الناس ، وإنما هو ميل زعمائهم إلى الاستهانة بذكائهم . وقال جون ديوى فى كتابه «الحرية والثقافة» الصادر عام ١٩٣٩ : إن النضال من أجل الديمقراطية يجب أن يتواصل فى كل الجبهات التى تنطوى على جوانب من الثقافة مثل الجوانب السياسية ، والاقتصادية ، والدولية ، والتربوية ، والعلمية ، والفنية ، والدينية . وفى ٧ يناير ١٩٤٠ ، ألقى المفكر السياسى الأمريكى فرانك ميرفى فى واشنطون خطابًا ، قال فيه إنه لا المدافع ولا البوارج ستصون الديمقراطية آخر الأمر ، وإنما الذى يصونها هو ولاء الشعب الذى يستطيع بوعيه أن يدرك أن عدم التسامح ليس فيه احترام للناس ، ولا يقيم وزنًا للدين ، أو الجنس ، أو المركز الاقتصادى ، أو كرامة الفرد التى هى أساس الحضارة الإنسانية . وفى ١٤ يوليو ١٩٤١ ، ألقى الزعيم الفرنسى شارل ديجول خطابًا فى إذاعة موجهة إلى الولايات المتحدة قال فيه إنه على الرغم من أن بعض الناس يمطرون الحرية بالإساءات ، فإن خير الناس فى كل العصور عرفوا كيف يدافعون عنها ويموتون فى سبيلها .

أما جوزيف بوليتزر رائد الصحافة الصفراء فلم يتكلم عن الديمقراطية كشعار براق ، وإنما عرّفها فى ضوء الحقائق الراسخة فى الحياة ، وأهمها الملكية والاقتصاد ، إذ أكد فى مقال له بعنوان «الديمقراطية الحقيقية» نشر فى صحيفة «نيو ورلد» فى ١١

مايو ١٨٨٣ ، أن الديمقراطية الحقيقية ، القائمة على الحقوق السياسية ، تعترف بأن المليونير ومدير شركة السكك الحديدية ليس خيرًا من أى رجل آخر ، وأن ملكية كل منهما يجب أن تكون محمية طبقًا للقانون . بيد أن الديمقراطية الحقيقية لا تبيح ابتلاع الملكية للحرية أكثر مما تبيح ابتلاع الشيوعية للملكية .

ويستشهد الكاتب الأمريكى نورمان كازنز فى كتابه «ثورة ديمقراطية» الصادر عام ١٩٤٢ ، بفقرة من مقال للصحفى الأمريكى الرائد وولتر ليبمان قال فيه : «ليس إبداء الآراء هو المهم ، بل المهم هو مواجهة الآراء بعضها ببعض فى مناظرة متجددة . فلا يمكن أن يتحقق شىء إذا تحدث أكثر الناس حكمة فى صحراء . إن جوهر الحرية يتجلى عندما يضطر الغبى للإصغاء إلى رجل حكيم ويتعلم منه ، وحين يضطر الحكيم إلى أن يقيم وزنًا للغبى ويعلمه ، وعندما يستطيع الحكيم أن يزيد حكمته بالإصغاء إلى حكم أنداده» .

وفى صحيفة «نيويورك تايمز» نشرت آن أوهير ماكورميك مقالاً فى ٦ أكتوبر ١٩٤١ ، قالت فيه إن الحرية لا تتجزأ ، شأنها فى ذلك شأن السلام والحرب . فمن المحال منح حرية العبادة بدون منح حرية القول والرأى ، وحرية الصحافة وحرية الاجتماع . ولا يمكن أن يكون للحرية الدينية وجود بدون الحرية المدنية ، والعكس صحيح . وهو نفس الرأى الذى كان اللورد جوسيا ستامب قد عبر عنه فى كتابه «الخصائص الجوهرية للديمقراطية» الصادر فى عام ١٩٣٩ ، والذى أوضح أن حرية الفكر قد تكون نعمة مشكوكًا فيها إذا لم تضمن أولاً حرية الوصول إلى العلم والمعرفة وتدفق الحقائق الخالصة الخالية من الغرض .

كل هذه الأقوال والآراء والتوجهات التى برزت قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية ، باستثناء مقولة جوزيف بوليتزر التى عبر فيها عن حتمية الأساس الاقتصادى العادل للديمقراطية والحرية ، أكدت على أن الحروب والأزمات والمحن

والصراعات ، لا تعنى أبدًا حرية فرض الحظر على حرية التعبير وتدفق المعلومات . وهذه مثالية مبالغ فيها لأن هناك حتميات لا يمكن تجاهلها ، بل من واجبها أن تتسبب فى طمس الحقائق عن عمد . ويتضح هذا التوجه الحتمى فى موقف الصحف الجادة والمحافظة التى لا يمكن أن تتعارض مساراتها مع خطوات السلطة السياسية والعسكرية ، سواء التكتيكية منها أم الاستراتيجية . ذلك أن المعلومات لا يمكن أن تتدفق بلا حساب وهناك عدو متربص يسعى لتوظيف أية معلومة مهما كانت شاردة أو عابرة لحسابه الخاص . وأية دراسة لأوضاع وتوجهات الصحافة الجادة والمحافظة فى تلك الفترة التى رصدنا فيها تلك الأقوال والآراء والتوجهات المثالية ، تكشف مدى التناقض الحاد بين المثال والواقع الذى يؤكد أن تعالى الصحافة الجادة والمحافظة على الصحافة الصفراء والخفيفة ، لا سند له من هذا الواقع نفسه .

ولنبدأ بالصحافة البريطانية بحكم أن بريطانيا تعد قلعة الديمقراطية وحصنها الحصين . فقد لعبت الصحيفة العريقة «ديلى ميل» فى عام ١٩٣٤ دورًا قد تربأ صحيفة صفراء بريطانية أن تلعبه . فلم تكن هناك ضرورة تفرض على الصحيفة القيام بهذا الدور ، خاصة أنه لم تكن هناك حالة طوارئ ، فقد حدث هذا قبل قيام الحرب العالمية الثانية بخمس سنوات . لكن المزاج البريطانى المحافظ يتجلى فى كثير من الحملات الانتخابية التى تسعى لتوصيل القوى المحافظة للسلطة . ففى ذلك العام (١٩٣٤) ، كانت الدولة تستعد لانتخابات مجلس العموم ، وكان المحافظون مصممين على الوصول إلى الحكم . ولكى ترجح كفتهم كان لابد لهم من ورقة رابحة للعب بها وتحقيق المكسب المنشود . وقبل الانتخابات ببضعة أيام كان انتباه الجمهور قد تم تركيزه على ما يدعى «رسالة الكومنترن» أو «رسالة زينو فييف» . وتم التأكيد على أنها قد «أرسلت» من اتحاد النقابات السوفييتية ، وتنطوى على

«تعليمات» للنقابات العمالية البريطانية والحزب الشيوعى البريطانى ، لتنظيم إضراب عام وإشعال صراع مسلح ضد البورجوازية . وكانت الرسالة موقعة من رئيس السلطة التنفيذية للكومنترن .

وفى الواقع لم تكن هناك سوى نسخة كربونية ، لكنها كانت كفيلة بتحقيق المطلوب . فقد صيغت بالكامل فى مكتب رئيس تحرير صحيفة «ديلى ميل» ، وبعد ذلك قامت بتمريرها إلى صحف لندن الأخرى مع إحاطة الحكومة علمًا بكل خطواتها . قد أثبتت أنها ورقة رابحة يمكن أن تؤدى بالمحافظين إلى دست الحكم ، خاصة أن حكومة العمال التى كانت فى السلطة قد صدقتها فى بادئ الأمر ثم شكت فيها عندما كشفت الحكومة السوفييتية التزييف أو التلفيق الذى أنتج هذه الرسالة الكاذبة ، ووصفته بأنه محاولة وقحة وحقيرة لعرقلة نمو علاقات الصداقة بين بريطانيا والاتحاد السوفييتى الذى كان يهدف للصداقة والعلاقات الاقتصادية المتبادلة وليس للتبشير بالشيوعية . وقد فند السوفييت كل الأكاذيب والخدع التى وردت فى الرسالة الوهمية فى ثلاث نقاط لا يمكن دحضها ، الأولى أن مصطلح «الدولية الشيوعية الثالثة» الذى ورد فى الرسالة كان وهميًا ولم يسمع به أحد ، والثانية أن التوقيع كان مزورًا ، والثالثة أن الرسالة ذكرت قسمًا عسكريًا لا وجود له فى الحزب الشيوعى البريطانى ، إذ كان الهدف ضرب هذا الحزب أيضًا .

لكن التفنيد السوفييتى للأكاذيب والخدع لم يأت بنتائج إيجابية بعد أن قامت صحيفة «ديلى ميل» بحملة من المقالات والتحقيقات والحوارات لتأكيد مصداقية هذه الرسالة الوهمية ، ولدعم موقف المحافظين وزحفهم إلى مقاعد الحكم . وبالفعل فازوا بهذه الورقة المغشوشة ، وخرج حزب العمال من الحكومة ، لأن صحفه لم تكن تملك الدهاء والخبث والتلفيق والتآمر الذى مارسته صحف المحافظين ، وفى مقدمتها «ديلى ميل» التى عرفت كيف تقود هذا الأوركسترا الذى

طغى صخبه على التفنيد السوفييتى ، والتى كوفئت على كذبها وخداعها وتزييفها بحصولها من الحكومة على الأخبار التى تحقق لها سبقًا صحفيًا متجددًا .

ولم يسترح حزب العمال لابتلاعه هذا الطعم بهذه البساطة التى ألقت به فى صفوف المعارضة ، فأصرت صحفه على أن تجعل هذه الرسالة موضع تساؤل متزايد وتحريات متشعبة بحيث أصبحت ضغوطًا على الحكومة حتى اضطرتها إلى تعيين لجنة خاصة للتحقيق فى حقيقة هذا «المستند» . ونظرًا لأن التزييف مهما كان متقنًا أو صاخبًا أو متشعبًا ، فلابد أن يكشفه الوعى اليقظ فى النظام الديمقراطى الحقيقى ، لأن لجنة تحقيق مثل هذه لا يمكن أن يشكلها نظام ديكتاتورى ، فقد أعلنت اللجنة فى ٤ نوفمبر أنه لا الحكومة البريطانية ولا أية هيئة تابعة للحكومة البريطانية ، سبق لها أن اطلعت على أصل هذه الرسالة من قبل . وكان اتحاد النقابات البريطانية من اليقظة والحسم بحيث أرسل وفدًا إلى موسكو ليكمل جوانب التحقيق الذى قام به . ومن هناك أرسل خطابًا إلى لندن فى ١٠ ديسمبر ، ذكر فيه أنه بعد تحقيق دقيق ومتشعب ومتمعن ، تأكد أنه لا يوجد أى مستند يحمل توقيع زينوفييف ويشبه التوقيع الوارد فى الرسالة المتحرى عنها ، قد تم إرساله من موسكو بواسطة السوفييت أو أية منظمة أخرى .

فى أثناء ذلك أصر المحافظون على مواصلة التزييف وتأكيده على المستوى الحكومى والصحفى ، فتوالت تصريحات المسئولين بأن الرسالة صحيحة ولا تحمل أية شبهة للشك . وقامت صحف الحزب بترويج هذه التصريحات وإقناع القراء بها، بقيادة صحيفة «ديلى ميل» التى بدأت الخدعة كلها على يدى رئيس تحريرها . وعندما تحدتها صحف حزب العمال ، لم تعدم الحجة التى تدعى أنه لا يمكن إثبات صحتها ، لأن هذا من شأنه أن يهدد فى الاتحاد السوفييتى أمن الشخص الذى سلمها أصلاً ، وقد يتم إعدامه جزاء فعلته . ولم يعد الصراع محصورًا بين

حزبى المحافظين والعمال ، بل أدلى الاتحاد السوفييتى بدلوه فيه ، وأعلنت حكومته أن هذا الشخص - إذا كان هناك شخص كهذا موجود بالفعل - هو حر فى أن يغادر الاتحاد السوفييتى فى أى وقت يشاء ، وأن سلامته مضمونة أمام العالم أجمع . ومع كل هذا التحدى والتعرية لم يسقط فى يد المحافظين ، ورفض وزير الخارجية البريطانى أوستن تشمبرلين العرض بحجة «دواعى الأمن» .

وفى ١١ ديسمبر ، ألقى وزير الداخلية البريطانى خطبة فى مجلس العموم ، دلت على التواطؤ الفاضح بين الحزب وصحافته التى لا يمكن أن توصف إلا بأنها صفراء برغم صبغتها القومية التقليدية . فقد قال : «إن الشىء المهم لا يكمن فيما إذا كان المستند صحيحًا أم مزيفًا ، ولكن يكمن فى أنه يعرى بوضوح أهداف الحزب البلشفى ، لأنه صورة دقيقة لما يطبقه بالفعل» . ثم أضاف قائلاً وقد رفع برقع الحياء : «إنه لو كانت» «ديلى ميل» قد طبعت «رسالة زينوفييف» بطريقة أقل وضوحًا فى العرض والشرح والتحليل ، فإنها لم تكن لتجتذب كل هذا الاهتمام الشديد عند جمهور القراء . وهذا الاهتمام الذى أصبح فائقًا للغاية ، كان دليلاً ملموسًا على حرص هذا الجمهور على أن يفوز المحافظون فى الانتخابات» . وواصل وزير الداخلية تلاعبه بالألفاظ والأفكار ، فأنهى خطبته بقوله ، إن الوطن حر فى أن يصدق ما يريد ، فليس من حق أى طرف أن يحجر على رأيه أو إرادته ، ولذلك فهو واثق تمام الثقة أنه يصدق ما يصدقه هو نفسه . والموضوع برمته لم يعد فى حاجة إلى كل هذا الجدل والمحاجاة .

لكن المحاجاة لم تنته ، بل استمر حصار العمال للمحافظين بكل أنواع الأسئلة الشائكة والتحريات المحرجة ، مما اضطر وزير الخارجية تشمبرلين إلى إلقاء بيان فى البرلمان ، ألقى فيه بعض الضوء على الوضع الحقيقى لمجريات الأمور ، فقال إن البعض اعتقد أن وزارة الخارجية قد خدعها تزوير ليس سوى واحد من تلفيقات

عديدة معتادة فى دول كثيرة ، وأن وزارة الخارجية وجهاز المخابرات كانا قد اعتادا بوضوح على أمور من هذا القبيل أكثر من أعضاء البرلمان الشرفاء ، إذ إن ذلك من قواعد اللعبة السياسية المتعارف عليها . لكن القضية الحقيقية تكمن فى أنه إذا كان لأحد أن يكشف أسرار المخابرات بهذه البساطة ، فإن جهاز المخابرات لابد أن يفقد سبب وجوده . ثم أضاف تشمبرلين قائلاً إنه لهذا السبب اضطر لأن يكون حريصًا فيما يقوله ، لأن من طبيعة المسئول السياسى أن يصرح بالقليل من مخزون معلوماته ، وذلك على النقيض من المعارض السياسى الذى يريد استدراجه بهدف اختراق استراتيجية حكومته .

وكان عضو البرلمان المحافظ هنرى كروفت قد بدأ جلسة مجلس العموم بحديث مهد به الطرق لتشمبرلين لإقناع الأعضاء بعدم جدوى الاستمرار فى التساؤلات والتحريات الجارية حول هذا الموضوع ، وحاول أن يتغاضى عن الأمر كله باعتباره شيئًا مقلقًا ومشتتًا بدون داع . وأضاف قائلاً إن الوقت أصبح متأخرًا جدًا لاتخاذ أية خطوة جديدة لعدم وجود هدف يمكن تحقيقه من المزيد من التساؤلات والتحريات . وبالفعل نجح المحافظون فى تجاوز الأزمة التى حاول العمال إطالتها بقدر الإمكان ، وأنجز التزوير هدفه تمامًا ، خاصة بعد أن حولت حكومة المحافظين انتباه الرأى العام إلى التحركات المريبة التى ظل هتلر يتخذها ابتداء من عام ١٩٣٥ وحتى اندلاع الحرب العالمية الثانية فى أول سبتمبر ١٩٣٩ .

لكن أهوال الحرب لم تنجح فى دفن سر الرسالة المزيفة ، إذ إن أكاذيب صحيفة «ديلى ميل» التى سلكت مثل أسوأ صحيفة صفراء ، تكشفت فى السنة الأخيرة من الحرب بفضل جهود صحيفة «صنداى تايمز» التى أعلنت فى ديسمبر ١٩٤٤ أن الرسالة اختلقها مهاجر من الحرس الأبيض الروسى مقابل مكافأة قيمة حصل عليها من رئيس تحرير «ديلى ميل» . واستطاعت «صنداى تايمز» بمصداقيتها

الراسخة أن ترد الصفعة لحزب المحافظين برغم قيادته لبريطانيا طوال سنى الحرب ، وأن تعيد ثقة القراء فى الصحافة البريطانية الجادة ، عندما قدمت المستندات والشهادات الدالة على تزييف صحيفة «ديلى ميل» ومعها حكومة المحافظين بأكملها . وعندما انتهت الحرب ، وبدأت الانتخابات ، هللت «ديلى ميل» ومعها صحف المحافظين بدعوى أنهم أبطال الحرب بقيادة الزعيم الأسطورى ونستون تشرشل ، وأن فوزهم فى الانتخابات أمر مفروغ منه . وسار تشرشل فى حملته الانتخابية على النهج نفسه ، فتحدث فى كل خطبه ولقاءاته واجتماعاته عن الأمجاد البريطانية فى معارك الحرب الطاحنة التى انتهت بدحر النازية وسقوط هتلر .

فى الوقت نفسه كان كليمنت آتلى زعيم حزب العمال ينحى منحى آخر . فبدلاً من أن يتحدث عن أمجاد الحرب التى انتهت بشرورها ، تكلم مع ناخبيه عن المستقبل ومشروعاته المتعددة لتعويض ما ضاع على البلاد فى سنوات الحرب . كان صوت آتلى هادئًا ورقيقًا ، ولم يكن يملك فصاحة تشرشل الخطابية التى اشتهر بها ، وصوته الرنان الذى طالما جلجل فى أجهزة الراديو والتليفزيون ، وأحاديثه الشيقة لصحيفة «ديلى ميل» ... إلخ . ولذلك ظن المواطنون ، بما فيهم مؤيدو حزب العمال ، أن النجاح سيكون من نصيب المحافظين ، وهو الاعتقاد الذى رسخته صحافة المحافظين . لكن وعى المواطن البريطانى كان درسًا مفاجئًا لجميع الأطراف المعنية ، إذ كانت نتيجة الانتخابات على النقيض تمامًا مما كان شائعًا . فقد سئم هذا المواطن التغنى بأمجاد الحرب التى لن تقدم له خدمات ووسائل معيشة أفضل ، سواء فى مجال الغذاء أو الإسكان أو الصحة أو التعليم أو الملبس ... إلخ . وأثبت وعيه العميق بمتطلبات المرحلة التالية ، وعدم تأثره بالجعجعة الصحفية والإعلامية التى شنها المحافظون الذين فقدوا مصداقيتهم منذ رسالة زينوفييف المزيفة التى مكنتهم من ضرب خصومهم العمال والفوز بمقاعد الحكومة فى عام ١٩٣٤ .

ومن الواضح أن الصراع بين الرأسمالية والشيوعية الذى استمر أكثر من سبعين عامًا حتى سقوط الاتحاد السوفييتى وانفراط عقد دول المعسكر الشرقى ، كان السبب فى اندثار الحدود بين ما يعرف بالصحافة التقليدية والصحافة الصفراء ، إذ تحولت معظم الصحف إلى ما يمكن أن يطلق عليه صحافة الحقائق الضائعة . ففى حمية هذا الصراع ، سواء فى سنوات الحرب الساخنة أو سنوات الحرب الباردة ، أصبحت الأكاذيب والاختلاقات والألاعيب والخدع هى الأسلحة المثلى لخوض هذا الصراع ، أما الحقائق فيمكن أن تتحول إلى طلقات رصاص فى صدر من يعترف بها . وهو المنهج الذى اتبعته الصحف البريطانية ، والأمريكية ، والألمانية ، والفرنسية ... إلخ . ولم يقتصر الصراع بين الرأسمالية والشيوعية بين دول الغرب الرأسمالى ودول الشرق الشيوعى ، بل كان لها صدى مقلقا للغاية ، تمثل فى قوى اليسار والأحزاب الشيوعية داخل الدول الرأسمالية نفسها ، والتى وجدت فيها طابورًا خامسًا للمد السوفييتى الذى بلغ أبعد مدى له فى أعقاب الحرب العالمية الثانية مع قيام دول المعسكر الشرقى التابع للاتحاد السوفييتى .

وكان من الطبيعى أن تنقسم الصحافة الغربية إلى يمين ويسار كصدى لهذا التقسيم السياسى . ولم تكن رسالة زينوفييف المزيفة التى اختلقتها صحيفة «ديلى ميل» سوى إحدى ظواهر هذا الصراع الذى استخدمت فيه كل الأسلحة غير الأخلاقية . وكما ركبت «ديلى ميل» موجة اليمين المتمثل فى المحافظين ، ركبت صحف أخرى فى بلاد أوروبية ، بل وفى الولايات المتحدة نفس الموجة المواتية المترابطة بالسلطة ، بصرف النظر تمامًا عن اعتبارات المصداقية الصحفية ، وبالتالى فقدت الصحافة دورها كمرآة صادقة للمجتمع بكل تياراته وتوجهاته . كانت تدعى أنها صحافة حزبية لكنها فى الواقع كانت صحافة مغرضة تتمسح بالسلطة حتى تتمتع بدعمها الأدبى والمادى ، وتواصل وجودها بشكل مؤثر . ولذلك كانت

السيطرة للصحف التى تدعم التوجهات والرأسمالية، لاستفادتها من كل الطاقات والإمكانات التى يتيحها لها رأس المال . وكان وليم راندولف هيرست قطب الصحافة الأشهر فى الولايات المتحدة، أوضح نموذج لهذا التوجه اليمينى الرأسمالى الذى وجه صحفه الصفراء لتدمير أية علاقات طبيعية يمكن أن تنشأ بين بلاده وبين الاتحاد السوفييتى . وبحكم ريادته للصحافة الصفراء، فإنه لم يتورع عن استخدام كل أساليبها غير الأخلاقية لتحقيق هذه الاستراتيجية .

فى عشرينيات القرن العشرين ، كان الاتحاد السوفييتى قد بدأ يفيق من نتائج الحرب العالمية الأولى وتدخل الدول الرأسمالية ، وأصبح طرفًا لا يمكن تجاهله فى الشئون الدولية ، وأنشأ علاقات دبلوماسية مع دول رأسمالية كثيرة ولكن باستثناء الولايات المتحدة . وكان الرئيس الأمريكى هو هربرت هوفر الذى كان يملك استثمارات لها وزن فى روسيا القيصرية ، وظل يرفض الاعتراف الدبلوماسى بالاتحاد السوفييتى . لكن كان هناك مناوئون خطرون لسياسته فى داخل الولايات المتحدة نفسها ، ومنهم كان السيناتور بوراه رئيس لجنة العلاقات الخارجية فى الكونجرس ، والسيناتور نوريس . وكان الذين يرغبون فى القضاء على أية بوادر للاستقرار والهدوء الدوليين بأى ثمن ، قد اتخذوا من هذين النائبين هدفًا لأكاذيبهم وألاعيبهم التى تكاد تتهمهما بالخيانة . وكانت استراتيجيتهم تهدف إلى نزع الثقة عن بعض رجال الدولة الذين كانوا يحاولون إيجاد جو من التفاهم المتبادل مع الاتحاد السوفييتى ، وذلك بتشويه صورتهم كمرتشين قبضوا ثمن هذه المساعى مقدمًا . وهكذا يسممون الرأى العام تجاه أى تقارب أمريكى سوفييتى .

وسرعان ما نشرت صحيفة «نيويورك جورنال» – وهى الصحيفة الصفراء الأم التى أسسها هيرست – صورًا لمستندات مزيفة ، تفيد بأن موسكو قد قامت برشوة النائبين بوراه ونوريس ، وأن كلا منهما استلم مائة ألف دولار من وزير سوفييتى فى

باريس عن طريق محام أمريكى ، وهو مبلغ يمثل ثروة كبيرة بمقاييس العشرينيات . وأرفقت بالمستندات الايصالات وخطابًا بالتعليمات من مفوض الشعب السوفييتى للشئون الخارجية ، كما قيل إن المستندات قد بيعت فى برلين بألفى دولار . وواصلت صحيفة «نيويورك جورنال» حملة تشويه صورة النائبين وتأكيد حصولهما عل الرشوة ، طوال شهر ديسمبر ١٩٢٨ .

لكن لجنة من الكونجرس الأمريكى لم تشأ أن يهدر كيان أعضائه بهذا الشكل الهمجى ، وقامت بفحص الأمر كله بمنتهى العناية . وفى يناير ١٩٢٩ أعلنت أن كل خطوات العملية من طابع البريد إلى التوقيع كانت مزورة . كما أن صيغة الرسالة كانت ركيكة وأسلوبها كان ضعيفًا ، ولا يمكن أن يكون كاتبها مسئول دولة سوفييتيًا ، وهم المسئولون الذين عرفوا ببراعتهم فى الأسلوب ودقتهم فى الصياغة . ولم تتوقف التحريات عند هذا الحد ، بل تم تعقب المزيفين فى برلين ، وثبت أنهم كانوا من مهاجرى الحرس الأبيض الذين كانوا يعملون فى خدمة وزارة الداخلية البروسية (الاسم القديم لألمانيا) وبعض المصالح الأخرى . وقد اعترف شخص يدعى أورلوف بأنه كان قد كتب نص «مستند بوراه» بلا عناية فى شقته فى برلين ١١٩ شارع بوتسدام ، واستعمل نماذج مطبوعة فى مطبعة «نيقولاى فون شفاب» وهو مهاجر صديق حميم له .

لكن هيرست لم يخجل من ثبوت التزييف الذى ارتكبته صحيفته «نيويورك جورنال» ، فلم يكن يشعر بأى حرج لأن هذه هى طبيعة الصحف الصفراء التى إذا ثبت كذبها وتزييفها وخداعها فى موضوع ما ، فإنها سرعان ما تدير له ظهرها باحثة عن موضوع جديد . أما الصحف الجادة فلابد أن تجد لنفسها عذرًا تبرر به الورطة التى وقعت فيها . لكن إذا تتبعنا موقف صحيفة «ديلى ميل» البريطانية – وهى التى يفترض فيها أنها من الصحف الجادة والمحافظة – من «رسالة زينوفييف» التى أرادت بها سقوط

حزب العمال فى الانتخابات ، فإنها سارت على نهج صحيفة «نيويورك جورنال» فى تجاهل تعرية التزوير أو التزييف الذى ارتكبته ، وكأن شيئًا لم يكن . وهناك حجة مشتركة لجميع الصحف ، سواء أكانت قومية جادة أم صفراء خفيفة ، وهى أنها لم تكن تعرف أن الأوراق التى حصلت عليها كانت مزيفة ؛ هذا إذا سئلت ، لكن هذا السؤال نادرًا ما يطرح ، على أساس أنه قد يعتبر مساسًا بحرية الصحافة . ومن هنا لم يكن هناك فرق بين سلوك «نيويورك جورنال» الأمريكية الصفراء ، وسلوك «ديلى ميل» البريطانية المحافظة ، عندما انكشف تزييف وتزوير كل منهما .

وإذا انتقل المشهد إلى ألمانيا النازية ، فإن موقف الصحف الألمانية تجاه السلطة يكاد يكون تكرارًا لموقف الصحف البريطانية والأمريكية برغم اختلاف الأهداف والأيديولوجيات . ففى ٣٠ يناير عام ١٩٣٣ ، تولى هتلر السلطة فى ألمانيا ، لكن النازيين لم تكن لديهم الأغلبية المطلقة اللازمة لتجاوز القانون لمنح الحكومة السلطات الاستثنائية التى كان حزب هتلر يتوق إلى الحصول عليها ، ولذلك قرروا أن يغيروا الموقف بضربة واحدة ، إذ كان كل ما يحتاجون إليه هو «ذريعة» ، للقضاء على الديمقراطيين الاشتراكيين والشيوعيين الذين يمكن أن يعوقوا زحفهم نحو السلطة المطلقة ، وذلك من خلال البدء فى إثارة الشبهات حول عزمهم على إشعال الحرائق فى مؤسسات الحكومة ، ثم تحويل هذه الشبهات إلى اتهامات تكفى لإعدام قادتهم على كل المستويات .

وكانت الصحافة الألمانية القومية قد شرعت فى توفيق أوضاعها مع النظام النازى الجديد ، وظلت تتابع تطورات الموقف بحذر ، إلى أن أدركت أن النظام الجديد سيكون عاصفة لا قبل لأحد بالتصدى لها ، ولذلك لا داعى للفروسية الحمقاء أو الخرقاء . وبدأت تلمح بأن الزعيم الجديد جاء لإعادة الكرامة الألمانية التى اهدرت تمامًا منذ هزيمة ألمانيا فى الحرب العالمية الأولى . وفى ٢٤ فبراير ١٩٣٣ ، كررت الشرطة مهاجمة مركز قيادة اللجنة المركزية للحزب الشيوعى الألمانى بحثًا

عن دليل جنائى يدين الشيوعيين بتهمة الخيانة . وبرغم أن المبنى كان تحت رقابة الشرطة الصارمة منذ أسابيع ، وتم تفتيشه أكثر من مرة ، فإنه تم فجأة اكتشاف «الدليل الجنائى الخطير» . عندئذ اتضحت الرؤية بالنسبة الصحف وأدركت أن الإعصار بدأ ، وأعلنت فى عناوينها الرئيسية اكتشاف «تعليمات سرية» بهدف «إشعال الحرائق فى مبانى الحكومة والمتاحف والقصور والمنشآت الحيوية» .

ثم عادت فى ٢٦ فبراير لتعلن عن حرائق متعمدة اندلعت فى مبان عامة ، وأن الفاعل الذى كان دائمًا «شخصية مجهولة» حاول أن يشعل النيران فى إدارة الأنباء فى كولونيا وقاعة المدينة وقصر برلين . ولم يعد هناك حديث للناس سوى أنباء الحرائق المتعمدة والمتآمرين المجهولين الذين يسعون لهدم نظام الدولة . ثم بلغت الأحداث المريبة والغامضة قمتها فى الساعة التاسعة من مساء ٢٧ فبراير عندما اندلعت النيران فى مبنى الرايخستاج . فى ذلك اليوم كان قائد الحرس وهو عضو فى الحزب الاشتراكى الوطنى (النازى) ، قد منح الضباط الذين فى الخدمة إجازة حتى لا يتواجدوا فى أثناء تنفيذ العملية ، وبذلك أتيحت الفرصة كاملة للمتآمرين لدخول الرايخستاج دون عائق عبر نفق تحت الأرض يمتد من مسكن هيرمان جورنج وزير طيران هتلر ، الذى كان رئيس الرايخستاج من قبل . فى ذلك اليوم أيضًا مكث هتلر وجورنج وجوزيف جوبلز وزير الدعاية فى برلين ، مع أن الحملة الانتخابية كانت على أشدها ، فقد اعتبروا أنفسهم فى حل من حملات ولقاءات ما قبل الانتخابات كى يتمكنوا فى الحال من توجيه الاتهامات بالحرق العمد للشيوعيين والديمقراطيين ، ودون انتظار نتائج التحقيقات مع فان ديرلوب المتهم بحرق الرايخستاج ، وهو ألمانى شبه أعمى ، والذى قيل إنه تم القبض عليه داخل الرايخستاج ، أعلن هتلر أن هذه علامة من الله ، وأن أحدًا لن يستطيع منذ تلك اللحظة أن يمنع النازيين من سحق أدمغة الشيوعيين والديمقراطيين بقبضة حديدية . وفى تلك الليلة أيضًا ، قبض حرس العاصفة على أكثر من ١٠٠,٠٠٠

من الشيوعيين والديمقراطيين الاشتراكيين واليهود . وطبقًا للمراحل التالية من السيناريو ، أصدرت الإذاعة الألمانية قصة مزيفة تفيد بأنه وجد فى حيازة فان دير لوب ، بطاقة للحزب الشيوعى باسمه .

وفى يوم ٢٩ فبراير أعلنت صحيفة الحزب النازى التى كانت صفراء بمعنى الكلمة «برلين لوكال انتسايجر» العليمة ببواطن الأمور أن «الرجل الذى أضرم النار فى الرايخستاج تعلم فى روسيا» . فقد تفوقت هذه الصحيفة فى ابتكار الأكاذيب والقصص الخبرية الوهمية والاختلاقات المزيفة ، وإثارة الانفعالات المحمومة التى تحول الجماهير إلى طاقة جبارة لكنها شبه عمياء بحيث يمكن توجيهها إلى أى هدف . ولذلك أصبحت الصحف الألمانية كلها ، عندما دانت الأمور للحزب النازى ، صفراء ، لكنها لم تكن تملك حرية الصحف الصفراء فى الدول الديمقراطية . فقد كانت موجهة بصرامة لا تعرف الرحمة ، والحرية الوحيدة المتاحة لها كانت فى استخدام كل وسائل الخداع والتزييف والتزوير والاحتيال التى من شأنها رفع النظام النازى إلى مرتبة التقديس ، وبث الرعب فى قلوب الخصوم والأعداء ، وذلك طبقًا لأساليب الدعاية التى ابتكرها جوبلز لترسيخ نظام هتلر فى أذهان كل الأطراف المعنية . فقد كانت له الريادة فى إدخال النظم الدعائية الحديثة التى تفرعت منها كل أساليب الخداع الإعلامى والدعائى ، والتلاعب بعقول الجماهير . ومازال العدد الكبير من التكتيكات والاستراتيجيات التى استحدثتها النازية فى مجال الدعاية وغسيل المخ ، يشكل البنية التحتية للإعلام والدعاية والصحافة بعد مرور أكثر من نصف قرن على ابتكارها ، وذلك بصرف النظر عن الجو المحموم والمشبع بالهذيان والكراهية والعنصرية . بل إن تيارات العولمة الإعلامية والدعائية والصحفية ، توظفها فى معظم الأحايين ، وإن كان المنادون بالعولمة ينكرون ذلك .

وتعد الدعاية النازية أخطر ترسيخ لأساليب الصحافة الصفراء فى الأنظمة الشمولية والديكتاتورية والقمعية ، برغم أنها ولدت فى الولايات المتحدة التى تعتبر نفسها رائدة فى مجال الديمقراطية وحقوق الإنسان . فهى سلاح له أكثر من حد ، ويمكن للقادة والزعماء ، بصرف النظر عن اختلاف توجهاتهم السياسية التى تصل إلى حد التناقض والصراع الدموى بين دولهم وجيوشهم ، أن يسخروا هذا السلاح لتحقيق أهدافهم العاجلة والآجلة ، نظرًا لما يتمتع به من مرونة فائقة وقدرة على المراوغة والإيهام الذى يجعل الجماهير طوع بنان الزعيم . فلم يكتف هتلر بالممارسات المحمومة والملتهبة لصحافته وأجهزته الإعلامية ، بل كان يشاركها هو نفسه وبشخصه عندما كان يمطر جمهوره الذى سرت فيه حمى التعصب والعنصرية بإدعاءاته عن نقاء الدم وسمو الجنس الآرى ، فيحييه هذا الجمهور بهتاف كقصف الرعد «يحيا النصر» . ولذلك يمكن اعتبار هتلر تلميذًا نجيبًا أو عبقريًا فى مدرسة الصحافة الصفراء عندما تصل إلى أقصى حالاتها تطرفًا وسعارًا . فلم يحفل إلا بإثارة الانفعالات المتأججة والمتفجرة ، وفى مقدمتها جنون العظمة ، واحتقار الآخر ، والرغبة فى إفناء الخصم ، وحب السيطرة إلى أقصى حد . ومثل هذه الدعاية لا تحدد أهدافًا عقلانية ومنطقية يمكن دراستها وتحليلها بل ونقدها ، ذلك لأنها تسرى فى صورة صرخات حرب ولعنات وشعارات وهتافات وتهديدات غير محددة ولا يمكن حصرها . فإذا كانت الوعود ضرورية ، فلا بأس من تقديم الوعود الهلامية البراقة التى لا يهم أن تتفق مع المنطق العقلانى ، لأن حالة الحماس الأهوج والملتهب التى يمر بها الجمهور ، تجعله يستجيب لها دون تفكير أو وعى ، بل يمكن أن يتبناها كبنات أفكاره النابعة منه . فالدعاية ، مثلها فى ذلك مثل الصحافة الصفراء ، تضرب على الأوتار المشدودة ، أو التى شدتها ، داخل الجماهير التى تنفعل أكثر مما تفكر ، ولذلك تعتبر - خاصة فى زمن الحرب - نوعًا خطيرًا من المدفعية السيكلوجية التى لا تتورع عن استخدام كل ما من شأنه أن يصدم الخصم

ويزعزع كيانه ، بحيث لا تهم الفكرة ما دامت الكلمات تحقق الهدف المنشود بأساليب إلقائها أو كتابتها التى تؤجج الانفعالات تحت أضواء ساطعة ، فى حين تتوارى الأفكار فى الظلام وتضيع معها الحقائق الموضوعية .

ولقد أدرك الديكتاتوران الفاشيان ، هتلر وموسولينى ، أن احتشاد الجماهير المعاصرة فى تجمعات ضخمة ، يتيح لتنفيذ خططهما إمكانات هائلة ، استفادا منها دون أى حرج أو خجل . وهو المنهج الذى اتبعه كثير من الصحف الصفراء التى أدركت أن الحرج أو الخجل من شأنه أن يسد فى وجهها منافذ الإثارة التى يمكن أن تجتاح الجماهير وتتلاعب بها كيفما شاءت . فمثلاً كان موسولينى يرى «أن الرجل الحديث مستعد للتصديق بشكل يدعو إلى الدهشة» ، كما اكتشف هتلر «أن الجماهير عندما تحتشد ، تتخذ طابعًا أكثر عاطفية وأكثر تأنثًا لأن معظم الشعب ، يجد نفسه فى حالة سيكلوجية من الأنوثة بحيث تتحدد آراؤه وأفعاله عن طريق انطباعاته الحسية أكثر مما تتحدد عن طريق التفكير الخالص» . وبذلك كان أسلوب الصحافة الصفراء هو السر فى نجاح الدعاية النازية ، برغم أنها لم ترتبط باسمها تاريخيًا ، لأن العبرة بالسير على نفس النهج ، وهو ما يدل على أن الصحافة الصفراء لم تكن مجرد فترة تاريخية واكبت العقد الأخير من القرن التاسع عشر والعقود الأولى من القرن العشرين ، ثم طواها تاريخ الصحافة العريقة أو التقليدية ، وإنما نهج صحفى تبلور نتيجة لظروف اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية أصبحت من خصائص العصر الحديث ، ثم سادت وسيطرت مع تدفق تيارات العولمة فى العقدين الأخيرين من القرن العشرين ، مما جعل الصحافة الصفراء بدورها تسود وتسيطر لدرجة أن الصحف العريقة أو القومية لجأت إلى توظيف بعض أساليبها على سبيل مسايرة العصر وتجنب التصدى لتيارات اقتصادية لا قبل لها بها .

وإذا تتبعنا أساليب الدعاية النازية ، سنجد أنها تجاوزت أساليب الصحافة الصفراء وتفوقت عليها فى التلاعب بعقول الجماهير . فقد غلبت الصورة على التفسير ، والانفعال على التفكير ، والحس البدائى على المنطق العقلانى . فلم يكتف هتلر بالألاعيب والخدع والحيل والأكاذيب والاختلاقات التى شكلت المواد الأساسية للصحف الألمانية ، بل حول خطبه وأحاديثه ولقاءاته إلى مهرجانات من الموسيقات العسكرية والأضواء المتراقصة التى تخلب لب الشباب بصفة خاصة . فمثلاً فى مؤتمر نورمبرج كانت دقات الطبول المحمومة تصحبه وهو فى طريقه إلى المنصة . وعلى المنبر كان هناك مفتاح يغير به درجات الإضاءة وألوانها طبقًا للحالات النفسية التى يريد أن يثيرها فى داخل المستمعين .

وكما تستعين الصحف بجمال المرأة وجاذبيتها الآسرة سواء من خلال الصور المبهرة أو المثيرة أو من خلال القصص الخبرية التى تبدو فى حالات كثيرة وكأنها أحلام يقظة ممتعة ولذيذة ، فإن الدعاية النازية ركزت بدورها على شخصية المرأة فى أكثر مشاعرها بعدًا عن المنطق العقلانى ، ولذلك قال هتلر فى أثناء زحفه للسيطرة على الحكم : «عندما نصل إلى الحكم ستحصل كل ألمانية على زوج» ، لكنه لم يشرح الكيفية التى سيحقق بها وعده ، لأن المنطق غائب فى حين أن الانفعال بالوعد البراق هو الذى يداعب الآمال والأحلام .

وإذا كانت الصحف الصفراء قد اتخذت من مخزونات اللاشعور الجمعى مادة ثرية ومثيرة سواء على مستوى المضمون أو الشكل ، لدرجة أنها اكتسبت خصائص سيكلوجية تميزها عن الصحف الأخرى ، فإن الدعاية النازية بدورها توغلت فى أحلك مناطق العقل الباطن الجمعى عند الجمهور ، لكى تضرب على أوتار نقاء الدم ، وسمو العنصر ، وتفوق العرق ، وقدرة الغرائز الأولية على الفتك والتدمير ، وجذور الواقع الراهن الضاربة فى أقدم الأساطير الشعبية الجرمانية والتى

تتمثل فى رمز الصليب المعقوف . ونظرًا لأن الدعاية النازية تجنبت التعامل مع الفكر والتأمل والمنطق ، واتجهت إلى مناطق لا شعورية وفسيولوجية فى داخل الجمهور الألمانى ، وزاخرة بالأهواء والهواجس والعادات غير المعقولة بل والمتناقضة من وجهة نظر المنطق المتسق ، فقد نجحت بهذا التوجه فى أن تسيطر وتهيمن ، لغياب القوة المضادة الكفيلة بكشف أوجه الخلل والتهافت الفكرى الذى تنطوى عليه . كان كل همها أن تشحن كل طاقاتها لتوجيه الجماهير إلى الموقف الراهن فحسب . ولذلك لم تعبأ كثيرًا بأن تكون منطقية ومتسقة وذات شخصية متميزة تدل على وحدتها الفكرية . وهى الملامح التى ميزت الصحف الصفراء التى لا تهتم برسم خط فكرى مميز للمواد والصور والقصص الخبرية التى تنشرها ، وإنما يهمها التنوع بل والتناقض بين المواد بهدف جذب أكبر عدد ممكن من القراء الذين يتنوعون ويتناقضون فى ميولهم ورغباتهم وتوجهاتهم ، بحكم قوانين الطبيعة البشرية التى تجعل البشر يختلفون فيما بينهم اختلاف بصمات الأصابع .

وإذا كانت الصحف الصفراء تعتبر عند قرائها صحف التسلية والمتعة والإثارة التى تقرأ فى المساء أو قبل النوم حين تكون مشاغل اليوم وهمومه قد تراجعت بحثًا عن بعض الاسترخاء ، فقد وضع العاملون فى الصحف الصفراء هذه الحالة النفسية للقراء دائمًا فى اعتبارهم سواء بالنسبة للصور أو القصص الخبرية على وجه التحديد . وكان هتلر بإيحاء من جوبلز وزير دعايته ، قد فطن إلى أن ساعات المساء أكثر صلاحية من بقية ساعات اليوم لسلب إرادة المتلقى . فالإنسان فى المساء مستعد للاستماع إلى أى رأى ، بل إن قوة معارضته فى تلك الفترة تقل عنها فى الصباح حين يكون عقله متفتحًا ويقظًا يقظة كاملة ، تمكنه من التأمل والتحليل والتفنيد والتعرية . فقد كانت الدعاية النازية حريصة كل الحرص على إعداد الجمهور لتقبل كل ما يقدم إليه من أفكار ومفاهيم ، لدرجة أن هتلر أصدر أمره بحل

كل الجماعات والجمعيات والهيئات الرسمية حتى لا تكون هناك أية حواجز وسيطة أو عقبات معوقة ، بحيث يجد الفرد نفسه فى مهب أعاصير الدعاية التى لا قبل له بها ، ولابد أن يرضخ لها .

وإذا كانت أساليب التحرير والصياغة فى الصحف الصفراء تتميز بالجمل القصيرة والتعبيرات المثيرة بهدف تحقيق الإيقاع السريع الذى يثير القارئ لكنه لا يمنحه فرصة كافية للتأمل والتقييم والتفرقة بين الغث والسمين ، فإن الدعاية النازية سارت على نفس النهج عندما جعلت من أنشطتها نوعًا من العزف السريع المثير للضجيج الصاخب بحيث لا تستطيع غير قلة من هواة التأمل والتفكير المتأنى أن ترصد غياب التسلسل المنطقى الذى يعتمد على قانون السبب والنتيجة ، ذلك أن المبدأ الذى يجب أن يتبع بدقة يتمثل فى إتاحة الوقت للتفكير . ولقد دهش كثير من الملاحظين إبان إلقاء هتلر لخطبه من منظر الحاضرين وقد تجمدوا فيما يشبه الغيبوبة . وكانت النازية بتلاعبها المستمر بانفعالات الرعب والحماس ، قد استطاعت التحكم فى آليات الجهاز العصبى سواء فى داخل الفرد أو المجتمع ، داخل ألمانيا أو خارجها . ذلك أن انفعالات النفس البشرية بصفة عامة هى تنظيم فى القناة الشعورية أو اللاشعورية التى تشتمل على شتى الدرجات الواقعة بين الرعب والحماس . لم يكن كل الرجال الذين انضووا تحت الراية النازية ، وساروا خلف هتلر ، بل وماتوا من أجله ، يحبون هتلر بل كانوا يكرهونه ، ولكن طرق الدعاية النازية وإيقاعها اللاهث جعلهم فى حالة من التنويم المغناطيسى بمعنى الكلمة . كانوا فاقدين للإرادة وبالتالى فقدوا القدرة على الفهم أو الاستيعاب وكذلك القدرة على الرفض والكراهية أو حتى الحب الواعى الناضج . فلم يكونوا يحبون هتلر ولا يكرهونه وإنما كانوا مسحورين به لدرجة الذهول ، فأصبحوا دمى بين يديه يتلاعب بها كما يشاء .

وبنفس أساليب الصحافة الصفراء فى تلوين الأخبار وصياغتها صياغة موجهة وجهة معينة ، ومزجها بتوابل مثيرة مقصودة ، بل وتحريفها فى إطار من الأكاذيب المتقنة ، فإن الدعاية النازية وظفت صياغة الأخبار بطريقة منهجية كوسيلة لتوجيه الأفكار بل وغسيل المخ ، خاصة الأخبار المهمة التى لم يحدث أن نشرت كما هى أبدًا ، بل كانت تنشر محملة بدلالات معينة ومعبأة بشحنات دعائية مثيرة لانفعالات مقصودة ومستهدفة للقطاعات العريضة من الجماهير . وفى كتاب «كفاحى» الذى ألفه هتلر عندما كان مسجونًا فى ميونخ لتزعمه بعض الحركات المناوئة للسلطات الراضخة لظروف الإذلال والمهانة التى ترتبت على هزيمة ألمانيا فى الحرب العالمية الأولى ، قال : «يجب على كل دعاية أن تحدد مستواها الفكرى وهى تضع فى اعتبارها أقل المستويات وأضيق العقول فى جمهورها ، حتى تستطيع تحريك أكبر قدر ممكن من التكتلات» .

كانت الحملات الدعائية النازية تمضى من بدايتها إلى نهايتها وفقًا لأسلوب منهجى دقيق . وقد سار جوبلز على نهج السياسى الألمانى الداهية بسمارك ، وإن كان قد حقق أهدافه بالتكرار والضغط والمبالغة فى حين حققها بسمارك بالتآمر والدهاء والالتفاف حولها . فقد توصل جوبلز إلى ما أسماه «صندوق الأفاعى» وهو المصطلح الذى قصد به «التوظيف الشامل الكامل للصحافة» ، وهو توظيف يصل إلى درجة الاستعباد بحيث تتحول الصحف إلى أبواق مدوية وبراقة لا تصم الأذان فحسب ، بل تطمس العقول أيضًا ، لدرجة أن الصحف النازية تفوقت على الصحف الصفراء فى خطط الخداع والكذب والتلفيق والاختلاق فلم تتورع الدعاية النازية عن استخدام الخبر الكاذب كذبًا متقنًا بلا حياء كوسيلة للإقناع والإثارة بل والتعمية . وكلما كان الكذب جسيمًا ومهولاً ومدويًا فى أجهزة الإعلام والدعاية والصحافة ، ازداد تأثيره على الناس وصعب تكذيبه أو تصحيحه . وترى

الدعاية الصفراء أن الجمهور يفكر عادة ولسان حاله يقول : «إنهم ما كانوا يتجاسرون على تأكيد شىء كهذا لولا أن لديهم من الأسباب الوجيهة ما يجعلهم بهذه الثقة أو الجرأة» . وكان جوبلز قد طبق منهج الصحافة الصفراء الذى يؤكد أن الأكذوبة الهزيلة الخافتة لا يصدقها أحد بل ولا يلتفت إليها . وهو المنهج الذى ابتكره رائدا هذه الصحافة : جوزيف بوليتزر ووليم راندولف هيرست ، والذى لابد أنه كان فى ذهن هتلر نفسه عندما أكد هو أيضًا أن تصديق الأكذوبة يزداد تبعًا لضخامتها وجسامتها ، إذ قال : «إن أكثر الأكاذيب افتراء ، تترك دائمًا أثرها حتى عندما تتعرى وتتبدى حقيقتها التى ليست من الواقع فى شىء» .

وبرغم أن خبراء الدعاية النازية ، وفى مقدمتهم جوبلز ، لم يعترفوا صراحة بأنهم يتبعون أساليب الصحافة الصفراء ، حتى لا يمس مثل هذا الاعتراف مصداقيتهم المدوية برغم أن مادتها وهمية فى الأساس ، فإن من يدرس ويقارن بين أساليب الصحف النازية وتلك التى اشتهرت بها الصحافة الصفراء ، سيجد تشابهًا بينهما يصل إلى حد التطابق فى أحايين كثيرة . بل إن جهاز الدعاية النازية الجبار منحها إمكانات وقدرات على التسلل والإقناع والإثارة ، لم تتأت للصحافة الصفراء التى تعتمد على إمكانات ملاكها الواقعة تحت رحمة تقلبات سوق التوزيع والإعلان . كذلك فإن سمعة الصحافة الصفراء التى لا يعتبرها الكثيرون فوق مستوى الشبهات ، يمكن أن تؤثر بالسلب فى قدرة الدعاية النازية على الإقناع المحاط بعوامل الإثارة والانفعال ، ولذلك فإن ارتباطها بها فى الأذهان سيكون بمثابة خصم من قدرتها للسيطرة على الجماهير . وذلك برغم أن إجابة النازيين على هذا السؤال الحيوى : «إلى أى حد تستطيع الدعاية القائمة على الكذب والتشويه والغش واختلاق الوقائع ، أن تحل محل الحقيقة ؟» ، كانت الإجابة هى نفسها التى كررها رواد الصحافة الصفراء والتى أكدت أنه من السهل دفع شعب إلى أن يعيش

فى عالم وهمى مصنوع بأكمله ، فى عالم لا صلة له بالواقع ، ويقاطع كل معايير الصدق . لكن لو أدرك مثل هذا الشعب أن هذه الدعاية تستهين بعقله عندما تحتكر الأنباء وتوجهها بل وتحرفها وتزيفها طبقًا لأهدافها الخفية . فإن أبسط وأسرع ما يفعله هو أن يبحث عن مصادر أخرى للأنباء والتى تسمح له على الأقل بتلقى نغمة مختلفة ، حتى لو كانت مصادر تنتمى إلى الخصوم . ولذلك أقر جوبلز فى مذكراته بأنه : «فى الأوقات المضطربة ينبغى دائمًا تهدئة العطش إلى الأنباء بطريقة أو بأخرى» .

ودون أن يذكر جوبلز لفظ «الصحافة الصفراء» صراحة ، ومنهجها الذى يسعى دائمًا إلى إثارة الشائعات والتلاعب بعقول الجماهير ، فإنه اتبع هذا المنهج بل وتفوق عليه لأنه كان يملك من الجرأة والجسارة والإمكانات الدعائية والصحفية ما مكنه من ذلك . فقد كان يعمل على جمع الأنباء الهامة بطريقة منهجية لكى ينظم إزاءها دعاية مضادة تمحو أو تعادل تأثيرها على الأقل ، أحيانًا عن طريق الخطابة أو عن طريق الصحافة أو الراديو أو السينما ، بل وأحيانًا باستدعاء شهود أجانب هم عادة من المراسلين الموالين ، مثل شهود العيان الذين استخدمتهم الصحف الصفراء فى إثبات مصداقية المواد التى تنشرها ، حتى لو كانوا مأجورين . ولما كانت التنبؤات والتنجيمات تتكاثر فى الظروف المضطربة ، فإن جوبلز لم يتورع فى أن يصدر تأويلاً رسميًا لتنبؤات أشهر المنجمين فى التاريخ «نوسترا داموس» والتى يمكن تفسيرها بسهولة فى صالح الاستراتيجية النازية . ومن المعروف تاريخيًا أن الصحافة الصفراء هى التى جعلت من التنجيم والتنبؤ بالبخت أو الحظ بابًا ثابتًا ، يملك من الإثارة وقوة الجذب ما يضرب به على أوتار التفاؤل أو التشاؤم المشدودة داخل جمهور القراء ، خاصة فيما يتصل باحتمالات المستقبل . وسرعان ما انتشر هذا الباب فى معظم الصحف الجادة دون أى حرج .

أما فى مجال نشر الشائعات والشائعات المضادة ، فإن جوبلز ابتكر ما عجزت عنه أشد الصحف الصفراء جرأة وجسارة . فمثلاً ، فى نهاية صيف ١٩٤٣ ، سرت الشائعات الشعبية بخبر إعدام عدة شخصيات كبيرة من أقطاب النازية ، فلم يحاول جوبلز تكذيبها أو دحضها أو تفنيدها ، بل سارع بالمزايدة الدعائية بإصداره إلى أجهزته المتخصصة أمرًا بأن تنشر شائعة بأن هتلر نفسه قد قبض عليه وقدم للمحاكمة ، مما أحدث دويًا أذهل كل من بلغته هذه الشائعة التى بمجرد أن أحدثت أثرها المطلوب ، ظهر هتلر فى أماكن عديدة ، ظهورًا أشد دويًا ، مما أدى إلى محو كل الشائعات المتناثرة والمتكاثرة حول هذا الموضوع ، وذلك تطبيقًا لمبدأ محو شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذبًا وتضليلاً ، ولكن بشرط توافر القدرة على إثبات كذب الشائعة الأخيرة .

وفى كتابه «كفاحى» لمس هتلر أساليب الصحافة الصفراء دون أن يذكرها بالاسم كالعادة ، إذ إنه تكلم عن الصحافة بصفة عامة ، وذلك عندما قال :

«إن الرأى العام لا يعتمد على الخبرة الشخصية أو على معرفة الأشخاص ، فهو يستسلم للدعايات التى تسيطر عليه دون أن يدرك حقيقتها . والصحافة هى الموجه الوحيد ، وهى التى تربى الجمهور تربية سياسية موجهة ، من خلال صياغة ما تنشره من أخبار ، فهى مدرسة يتلقى فيها الجمهور علومه اليومية . وقد سنحت لى الظروف وأنا فى فيينا أن أختلط مع صانعى الآراء ومع ناشريها ، فأدهشتنى سهولة الأسلوب الذى يمكن هؤلاء من أن يخلقوا تيارًا معينًا يوجهون به الجمهور ولو تعارض مع مصالح الشعب وآماله . ففى أيام قليلة تستطيع الصحف أن تسدل الستار على القضايا الهامة التى لا يلبث الجمهور أن ينساها ، والعكس بالعكس .

«.... وهكذا نجد أن الدعايات الصحفية فى أكثر الأحايين يمكنها أن تقدم إلى الرأى العام أشخاصًا لا وزن لهم على أنهم أبطال الأمة وأملها ، فتوفر لهم

جمهورا ضخمًا من المؤيدين ، حتى لو كانت سمعتهم الماضية ملوثة ، فالدعايات الصحفية تتمكن من محوها . أما إذا أرادت الصحافة محاربة رجل شريف ، فاليهود بسفالتهم المعروفة لا يتورعون عن وصمه بكل نقيصة لدرجة أنهم يخترقون حياته الخاصة لفضح أسرار عائلته . وإذا لم يجدوا شيئًا يصمونه به ، فإنهم يسارعون إلى تلفيق الأخبار فى الصحف آملين أن يعلق منها شىء فى أذهان الناس ... تلك هى العصابة التى تخلق الأخبار وتوجه الرأى العام الذى ينطلق منه البرلمانيون الذين يفترض فيهم أنهم يمثلون الشعب» .

هذا هو رأى هتلر فى تلاعب الصحافة بعقول الجماهير والاستهانة بها ، والذى أعلنه فى كتابه «كفاحى» عندما كان فى صدر شبابه . لكنه عندما تولى السلطة وأقام حكومته النازية الديكتاتورية ، اكتشف أن الصحافة يجب أن تكون بوقًا للسلطة ، ويجب ألا تخضع إلا للحزب حتى يمكن التحكم فى تأثيرها الكبير ، ولذلك وضعها تحت إشرافه المباشر ومتابعة وزير دعايته جوبلز . فهى قادرة على الغسل المتجدد للمخ الجماهيرى كى يصبح رهن إشارة الزعيم . وكما تركز الصحافة الصفراء على انفعالات الجماهير وتأجيج مشاعرها ، وتتجنب التعامل معها على أساس من منطق عقلانى ، فإن هتلر أكد على أنه إذا كانت الدعاية على جانب عظيم من الأهمية والقدرة على التأثير العميق ، فإنها يمكن أن تكون أداة لتنوير الأذهان من جهة ولخداع من يراد خداعهم من جهة ثانية . وهى تهدف إلى لفت نظر الجمهور إلى وقائع وأحداث معينة فى أحايين كثيرة ، وليس إلى تنويره على أساس علمى . ومن هنا كانت ضرورة التوجه إلى قلوب الجمهور وليس إلى عقوله .

وإذا كانت الصحف الصفراء تعد صحفًا شعبية بمعنى الكلمة لأنها موجهة إلى أكبر وأبسط قطاعات من الجماهير ، ولا تضع الصفوة أو النخبة أبدًا فى

اعتبارها ، فإن هتلر اتبع نفس المنهج الذى يتلاعب بأحاسيس الجمهور كى يصل إلى أدنى الطبقات . فهو يقول :

«يجب أن تكون الدعاية شعبية لتكون فى مستوى تفكير الشعب . وكلما كان عدد الذين توجه إليهم الدعاية كبيرًا ، أصبح من الضرورى خفض مستواها الفكرى ، ليتسنى لجميع الطبقات تفهمها واستيعاب القصد منها . فالدعاية التى توجه إلى قلب الجمهور وحواسه قبل عقله هى التى تكون أشد تأثيرًا فيه ، بشرط ألا تعتمد على التضليل وقلب الحقائق» .

لكن هتلر عندما تولى السلطة لم يلتزم أبدًا بشرط تجنب التضليل وقلب الحقائق ، بل إن جوبلز تفوق فى وسائل التضليل وقلب الحقائق ، لدرجة أنه وضع لها نظريات ومناهج ، شاعت بعد ذلك واستخدمها أعداء ألمانيا بنفس حماس حلفائها . وكان هتلر من الوعى العميق بدور الصحافة وأثرها العميق فى القراء ، بحيث صنف هؤلاء القراء إلى ثلاثة أقسام : الذين يصدقون جميع ما تنشره الصحف ، ومعظمهم من قراء الصحف الشعبية (والتى يمكن أن تكون الصحف الصفراء من أهم أنواعها) ، وهم يشكلون قاعدة ضخمة من عدد القراء ، والذين لا يصدقون شيئًا مما تنشره الصحف ، ومعظمهم من الذين فقدوا الثقة تمامًا فى مصداقية النظام السياسى ، أو الأمل فى مستقبل أفضل ، وأخيرًا الذين يفكرون فيما يقرؤون ، ومعظمهم من المثقفين الذين يميلون إلى تحليل وتفسير كل الآراء والتيارات التى تمر بهم ، من منطلق احترامهم لعقولهم .

ويمكن تقسيم أنواع الصحف طبقًا لهذا التصنيف للقراء . فالصحف الشعبية والخفيفة والمثيرة والمسلية (الصفراء) هى الصحف المفضلة للقراء البسطاء من ذوى الثقافة الضحلة ، والذين يصدقون كل ما تنشره الصحف ، لأن هدفهم هو التسلية ، والبحث عن الإثارة فى التوابل الصحفية ، وشغل وقت

الفراغ . أما القراء الذين لا يصدقون شيئًا مما تنشره الصحف ، فليست هناك صحف معينة تشد انتباههم بصفة خاصة ، لأن كل الصحف فى نظرهم مجرد أبواق للنظام الحاكم ، ولا تملك أى نوع من المصداقية أو القدرة على الإقناع . ويمكن أن يشكل هؤلاء القراء أغلبية إذا كان الصلة بين السلطة والشعب تكاد تكون مبتورة أو متوترة . أما القراء الذين يفكرون فيما يقرؤون فهم الذين يقبلون على الصحف الجادة أو المحافظة أو الرزينة أو القومية لحرصها على عدم الاستهانة بعقولهم بقدر الإمكان .

لكن الحدود بين هذه الأقسام الثلاثة من القراء أو الصحف ، ليست متبلورة بحيث يمكن التفرقة بين هذا القسم أو ذاك ببساطة ، وكأن أفراد كل قسم فى «خانة» منفصلة وخاصة به . ذلك أن مستويات التعليم أو التثقيف هى التى تفصل فيما بينهم ، وهى مستويات غير متبلورة تارة ، وهلامية تارة أخرى . ولذلك فإن النسبة فيما بينهم تتراوح بين أغلبية مفترضة وأقلية مفترضة أيضًا . وبالتالى فإن القراء الذين يصدقون كل ما تنشره الصحف يمكن أن يكونوا أغلبية إذا كان الوعى السياسى والفكرى هابطًا أو منعدمًا ، ونسبة الأمية عالية ، وغياب القدرة على ممارسة التفكير الناضج . ولذلك فهم الفئة التى لا تفكر ، مما يجعلها فريسة سهلة للصحافة التى تتعمد تضليل الشعب بحجة تنويره . وكثيرًا ما تلجأ السلطات فى الدول الشمولية أو النامية أو المتخلفة إلى الصحف الشعبية أو الصفراء بمعنى أدق للوصول إلى هذه الفئة والإمساك بقيادها فكرًا وسلوكًا .

أما قسم القراء الذى لا يصدقون شيئًا مما تنشره الصحف ، فيضم بضعة عناصر من القسم السابق ، لأنه هناك قطاعات من غير المثقفين أو حتى غير المتعلمين الذين يقرأ لهم الآخرون ما تنشره الصحف ، ولا يقتنعون أو يصدقون ما يسمعون . أما المثقفون من القراء فى هذا القسم ، فهم الذين سيطر عليهم التشاؤم

بمرور الأيام فتحولوا من الإيمان المتفائل إلى الشك المتشائم ، واستسلموا لانتظار ما تأتى به الأيام من كوارث ، وذلك لعدم جدوى القيام بأى عمل إيجابى مثمر . وكل الصحف فى نظر هذا القسم من القراء ، صحف رخيصة أو شعبية أو صفراء لأنها مجرد أبواق للسلطة ، تسعى لتضليل المواطنين وقلب الحقائق . ومن هنا كان تفضيل الصحف المحافظة أو الجادة على الصحف الشعبية أو الصفراء ، نوعًا من العنجهية الفارغة .

أما القراء الذين يشكلون القسم الثالث ويفكرون فيما يقرؤون ، فهم أقلية غير مؤثرة فى مقدرات البلاد ، برغم قدرتها على التمييز بين الكذب والحقيقة ، بين المظهر والجوهر ، بين ما ينشر وبين ما هو واقع بالفعل . وبالتالى فهذا القسم يتشابه فى أحايين كثيرة مع قسم القراء الذين لا يصدقون شيئًا مما يقرؤون ، نظرًا لسلبيتهم التى تكاد تكون مطلقة . وهى سلبية سائدة فى معظم الحالات نتيجة للنظم الشمولية الجاثمة على أنفاس المثقفين الذين لا يجدون أية جدوى من تعريض حياتهم للخطر نتيجة لتحديهم هذه النظم التى لا قبل لهم بها .

وهذا التقسيم الذى وضعه هتلر فى كتابه «كفاحى» لأنواع الصحف والقراء ، كان دليلاً مبكرًا على سيطرة أساليب الصحافة الصفراء على الساحة الصحفية فى ألمانيا بصفة خاصة وأوروبا بصفة عامة منذ عشرينيات القرن العشرين . لكن الخطورة الحقيقية كانت تكمن فى اتخاذه من هذه الأساليب ذريعة للتمهيد لإقامة نظامه الفاشى النازى الشمولى . فقد وجد فى هذه الأساليب كل أنواع التسيب والفوضى والتشتت والفساد ، وغير ذلك من السلبيات والتهم التى ألصقها باليهود والشيوعيين ، وهاجمهم هجومًا كاسحًا فى كتابه بسببها . وقد أبرز حجته فى هذا الشأن حين قال أو تساءل :

«أليس من واجب الدولة أن تراقب الصحافة نظرًا لتأثيرها القوى على الجمهور ؟ إن حرية الصحافة شىء جميل ، ولكن هذه الحرية تصبح عاملاً من عوامل الفساد إذا لم تمارس فى الحدود التى ترسمها مصلحة الدولة والأمة .. إن الموقف المخزى الذى وقفته الصحافة قبل الحرب [العالمية الأولى] لا يمكننا نسيانه . وقد شددت الصحافة اليسارية على وجوب إنقاذ السلام بأى ثمن ؛ فى حين كانت الدول المعادية جادة فى إعداد عدة الحرب . ألم تبشر صحافتنا بالديمقراطية الغربية وتمجدها ، وتطالب بتقوية شخصية الفرد وتبشر بإضعاف الدولة ؟ ألم تسهم فى محاربة تقاليد شعبنا العريق مزينة له الانغماس فى الملذات التى قضت على مناعته الأخلاقية ؟ ألم تحارب الصحافة مشروع التجنيد الإجبارى ، وتحرض النواب على عدم منح الاعتمادات للجيش فى حين كانت رائحة الحرب تعبق الأجواء ؟».

كان هتلر من أشد المتعصبين للقومية الألمانية ، لكنه وجد فى أساليب الصحافة اليسارية أو تلك التى يتحكم فيها اليهود ، أسلحة بتارة للقضاء على هذه القومية من خلال ما أسمته «بتقوية شخصية الفرد وإضعاف دور الدولة» ، وكأن هتلر كان يعانى من بوادر عولمة مبكرة فى عشرينيات القرن العشرين ، عولمة تلتحف بأردية اليسار أو الشيوعية أحيانًا ، وبمخططات اليهود أحيانًا أخرى ، فى حين أنه كان يسعى لتقوية دور الدولة وتدعيمه إلى أقصى حد ، وتحويل الفرد إلى مجرد ترس فى آلتها الجبارة التى تدوس كل من يحاول الوقوف فى طريقها نحو تحقيق أهدافها . وبالتالى فإن الصحافة التى تتبنى أهدافًا مغايرة يجب أن تلزم حدودها وإلا تم القضاء عليها نهائيًا . ذلك أن كل أنواع التسيب والفوضى والتشتت والفساد ، التى ارتبطت بالصحافة الحزبية التى لا تختلف كثيرًا فى أساليبها عن الصحافة التجارية أو الشعبية أو الصفراء ، يجب أن تتحول – تحت رقابة الدولة – إلى انضباط ونظام وتحكم وممارسة فى الحدود التى ترسمها مصلحة الدولة والأمة . وبذلك يمكن القول

بأن أساليب الصحافة الصفراء سلاح ذو حدين ، أو بمعنى أدق هى مجرد وسيلة سريعة وفعالة رهن إشارة من يستطيع استغلالها وتوظيفها لأهدافه ، مهما كانت هذه الأهداف متناقضة ومتعارضة . ذلك أن الصحافة الصفراء تملك من المرونة بل والمراوغة والزئبقية ما يجعلها سلاحًا فعالاً سواء فى خدمة الديمقراطية والحرية أو فى خدمة الديكتاتورية والطغيان . وهو المبدأ الذى ينطبق على الصحافة بصفة عامة ، وإن كانت الصحافة الصفراء أكثر سرعة وفاعلية وحسمًا فى التحول من النقيض للنقيض لأنها لا تلتزم بتوجه فكرى معين ، سوى ركوب الموجة المواتية.

وعندما تولى هتلر السلطة ، وأصبحت الصحافة كلها رهن إشارته ، لجأت الصحف الألمانية كلها إلى أساليب الصحافة الصفراء بكل ما تنطوى عليه من أكاذيب واختلاقات وخدع لتضليل كل الأطراف المعنية سواء فى داخل البلاد أو خارجها ، لدرجة أن الحرب العالمية الثانية بدأت بأكذوبة تناقلتها الصحف الألمانية كذريعة لبدء الهجوم الألمانى على بولندا . ففى نهاية ثلاثينيات القرن العشرين ، ابتلع الرايخ الألمانى دولتين أوروبيتين هما النمسا وتشيكوسلوفاكيا فى زحف جامح وعدوانية لا تعرف أية ضوابط . فقد كان شبح الأزمة الاقتصادية يتربص بكل الدول الغربية التى عانت منها أشد المعاناة منذ وقوعها فى عام ١٩٢٩ . ونظرًا لحرص النظام النازى على تجنب تداعيات الأزمة بقدر الإمكان ، والتلاعب بالموجة المتصاعدة من السخط على أسلوب الحكم فى الدولة ، سارع إلى ابتكار موضوع أو قضية جديدة للعدوان من خلال أكاذيب متقنة نقلتها الصحف لتغيير مجرى الرأى الرافض للديكتاتورية التى أصبحت كابوسًا جاثمًا على كاهل الشعب الألمانى الذى كان يحلم بالخلاص على يد هتلر ، لكن أحلامه كلها انقشعت أمام ضغوط الواقع المرعب . ولذلك عقب الاستفزازات الطائشة المعادية لبولندا وفى مقدمتها «يوم الأحد الدامى فى برومبرج» ، نقلت الصحف النازية التى تفننت فى

أساليب الخداع والاختلاق والكذب ، نبأين رسميين أذاعتهما وكالة الأنباء الألمانية «دى . إن . بى» فى ٣١ أغسطس ١٩٣٩ تحت عنوان «البولنديون يهاجمون محطة إذاعة جلايفيتز» ، وفى ١ سبتمبر كانا العنوانين الرئيسين فى كل الصحف الألمانية . كان النبأ الأول يقول :

«دى . إن . بى . بوسلاف فى ٣١ أغسطس .

فى حوالى الثامنة من مساء اليوم استولى البولنديون على محطة الراديو فى جلايفيتز حيث اقتحموا استديو البث وأذاعوا نداء للسكان بالبولندية وبعضًا منه بالألمانية . ولم تكد عدة دقائق تمر وإذ بقوات الشرطة تقبض عليهم بعد أن أبلغها من كانوا يستمعون إلى الراديو . وقد اضطرت قوات الشراطة لإطلاق النار مما أدى إلى قتل بعض المعتدين» .

وكان النبأ الثانى يقول :

«دى . إن . بى . أوبلن فى ٣١ أغسطس .

وردت إلينا تفاصيل أكثر عن أحداث جلايفيتز كما يلى : يبدو أن الهجوم على محطة الراديو فى جلايفيتز كان إشارة مدبرة من قبل لغزو خارجى للأراضى الألمانية قام به رجال حرب العصابات البولنديون . فقد ثبت بالدليل القاطع أنه فى الوقت نفسه تقريبًا ، عبر بعض الثوار الحدود الألمانية فى قطاعين آخرين ، ومعهم فصائل مسلحة تسليحًا جيدًا ، تساندها بوضوح الوحدات النظامية للجيش البولندى . وقد تصدت وحدات الشراطة وإدارات الأمن للثوار ومازال القتال مستمرًا» .

ولم تكتف الصحف الألمانية بنشر النبأين الرسميين ، بل لجأ معظمها إلى توابل الصحافة الصفراء التقليدية ، بإضافة بعض التفاصيل والقصص الخبرية

المثيرة المختلقة من أساسها حول الهجوم البولندى المزعوم ، حتى يتحول النبأ إلى حقيقة لا تقبل الجدل . ولم تتكشف الحقائق الفعلية إلا بعد أن سقط النظام النازى وعقدت محاكمات نورمبرج بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية . ففى ٢٠ نوفمبر ١٩٤٥ ، عقدت إحدى جلسات المحكمة العسكرية الدولية فى نورمبرج ، أدلى فيها ألفريد هيلموت نوجوكس العضو السابق فى قوات العاصفة الألمانية بشهادته بعد حلف اليمين ، فكشف عن الأسرار الحقيقية التى طمستها أكاذيب الصحف الألمانية عشية بدء الحرب . قال :

«حوالى ١٠ أغسطس عام ١٩٣٩ أمرنى شخصيًا رئيس بوليس الأمن ورئيس قوات العاصفة هيدريش بأن أشن هجومًا على محطة الراديو فى جلايفيتز بالقرب من الحدود البولندية بحيث يبدو الأمر كله كما لو كان قد خطط له البولنديون ونفذوه . كان الأمر الصادر إلىّ أن أذهب مع خمسة من قوات العاصفة إلا جلايفيتز وننتظر هناك حتى يصدر هيدريش إشارته بالعمل ، فنستولى على محطة الراديو ، ونحتفظ بها لمدة معينة بحيث نتيح لرجل ألمانى يتحدث البولندية أن يذيع منها الرسالة المطلوبة . وكان هذا الشخص رهن إشارتى . وفى أثناء انتظارى لبدء العملية فى الفترة ما بين ٢٥ و٣٠ أغسطس ، اتصلت برئيس الجستابو هنريش موللر الذى كان قريبًا من أوبلن فى هذا الوقت . وفى حضورى تناقش موللر مع رجل اسمه ميهلورن فى خطة لتنفيذ عملية على الحدود تشمل خدعة عن هجوم للجنود البولنديين على الفرق الألمانية . وكان مما قاله موللر أن لديه ١٢ أو ١٣ مجرمًا مدانًا سوف يلبسونهم الزى البولندى ثم يقتلونهم . وبعد ذلك سوف نترك جثثهم على مسرح الحادث عند الحدود كى يبدو الأمر كما لو كان هؤلاء الرجال قد قتلوا خلال الهجوم . كما أخبرنى موللر أن هيدريش أمره بأن يضع واحدًا من أولئك المجرمين تحت أمرى لتنفيذ مهمتى فى جلايفيتز . وفى ٣١ أغسطس ظهرًا تلقيت إشارة

تليفونية متفقا عليها مع موللر ينبئنى بأن الهجوم على محطة الراديو يجب أن يتم فى الثامنة مساءً . وطبقًا للأمر الصادر إلينا ، استولينا على محطة الراديو وأذعنا الرسالة المطلوبة لمدة ثلاث أو أربع دقائق ، ثم أطلقنا عدة طلقات نارية ثم مضينا» .

هكذا نسجت الأكذوبة الصغيرة التى أدت إلى الحرب الكبيرة التى عرفت بالحرب العالمية الثانية التى فاقت الحرب العالمية الأولى فى أهوالها وبشاعاتها بمراحل عديدة ، وهى التى عرفت بالحرب العظمى حتى وقوع الحرب الثانية التى بدأت عندما ضغط هتلر على زر آمرًا ببدء الهجوم على محطة الإذاعة ، ثم ضغط على زر آخر بعد ذلك باثنتى عشرة ساعة لتشن فرق «الفيرماخت» الألمانية اكتساحها للأراضى البولندية ، وليدخل العالم بأسره فى جحيم الحرب العالمية الثانية ، ولتلعب الصحف بأسرها أسوأ أدوار الصحافة الصفراء ، ولتبلغ آفاقًا لم تبلغها من قبل فى نسج الأكاذيب والاختلاقات والخدع والحيل والأوهام وكل أنواع التضليل وإدخال الآخرين فى متاهات لا عودة لهم منها . بل إن هناك من الصحف الكبرى من وضع إمكاناته فى خدمة أجهزة المخابرات كى تكون امتدادًا إعلاميًا ودعائيًا لخططها فى الخداع والتمويه والتضليل .

وإذا كانت هناك أعذار قومية للصحف المحافظة والقومية والجادة فى انتهاج الأساليب الصفراء المخادعة دفاعًا عن مقدرات الوطن فى زمن الحرب ، فإنه من المتوقع أن تتراجع هذه الأعذار إلى الظل لأنها تبدو غير ذات موضوع بمجرد أن تضع الحرب أوزارها . لكن يبدو أن الحرب بشتى أنواعها هى قدر الإنسان الذى لا مفر منه ، إذ إنه بمجرد انتهاء الحرب الساخنة بدأت الحرب الباردة ، وتحولت الحرب الصحفية والإعلامية ضد النازية إلى حرب ضد الشيوعية حتى يتواصل الاستنفار والتحفز فى مواجهة العدو الجديد ، من خلال المبالغة فى تجسيد قوته وقدرته على البطش إذا ما اتيحت له الفرصة . وقد أثبت سقوط الاتحاد السوفييتى كقصر من

رمال ، وانفراط عقد المعسكر الشرقى كريش فى مهب الرياح ، أن ما أصرت الصحف الغربية على نشره طوال فترة الحرب الباردة ضد الكتلة الشيوعية ، كان حربًا نفسية تفوقت فى توظيف كل أسلحة الصحافة الصفراء من أكاذيب ومبالغات طمست فى طريقها أية حقائق موضوعية .

بمجرد اندثار الرعب النازى ، شرعت الصحف الغربية فى عزف نغمة الرعب الشيوعى وكأنها أوركسترا يقوده مايسترو خفى ، أو كتيبة تتلقى الأوامر أو التعليمات لتنفيذها برغم تشدقها بالحرية والديمقراطية والتعددية الفكرية . فمثلاً كان الكونجرس الأمريكى قد شرع فى مناقشة «مشروع مارشال» الذى كان هدفه كما صرحت واشنطن هو «إنقاذ أوروبا من براثن الشيوعية بتقديم كل أنواع الدعم الأمريكى للدول الغربية الديمقراطية التى أنهكتها الحرب» . وسرعان ما بدأت الحملات الصحفية الصفراء من قلب ألمانيا نفسها ، فبعد أن كانت الصحف الألمانية مجرد أبواق للنظام النازى فى أثناء الحرب الساخنة ، سارعت إلى القيام بالدور نفسه فى أثناء الحرب الباردة ، ولكن كأبواق هذه المرة للمعسكر الغربى . ففى الخامس عشر والسادس عشر من يناير ١٩٤٨ ، دوت فى أرجاء العالم أنباء صحفية مثيرة ، عندما أبرزت صحيفة «كوزير» الصادرة فى برلين الغربية ، العناوين التالية : «خطة الكومينفورم لألمانيا الغربية» و«البرنامج التخريبى للحزب الشيوعى الألمانى» و«خطة الكومينفورم السرية» . وادعت الصحيفة أنها حصلت على هذا السبق الصحفى المذهل من خلال عملاء لها فى جهاز المخابرات السوفييتية . وقد ثبت كذب كل هذه الادعاءات بعد ذلك ، خاصة بعد أن انكشف دور صحيفة «كوزير» كبوق لأجهزة المخابرات الغربية ، وكطليعة لصحف غربية أخرى تردد نفس النغمات المثيرة للرعب من الشيطان الشيوعى الذى أثبتت الأيام أنه شيطان وهمى لم يستطع أن يدمر سوى نفسه .

لقد أشاعت صحيفة «كوزير» أنه تم اكتشاف «برنامج تخريبى شيوعى» تضمن توجيهًا خاصًا «للاستيلاء على السلطة فى «الرور» وكان اسم الراسل «مكتب الإعلام الشيوعى» . وقد زعم الخبر أن «لجنة متخصصة فى تنفيذ عملية الرور» قد تم تشكيلها لتنظيم إضراب عام فى أوائل مارس ١٩٤٨ ، وكى لا يدع أى مجال للريبة بشأن القوة الخفية المنظمة لهذا البرنامج ، فإنه فى خاتمته أكد أن الاتحاد السوفييتى سوف يساند النضال بكل الوسائل الممكنة ، وهو قادر على ذلك . وعلى الرغم من أن كثيرين من الساسة الغربيين حصلوا على نسخ من هذا المستند قبل نشره بوقت طويل ، وعلى الرغم من أن أسماء أعضاء هذه «اللجنة المتخصصة» الغامضة لم تكن تعنى شيئًا لأى أحد ، لسبب بسيط هو أن هذه اللجنة لم يكن لها وجود أصلاً ، فإن هذه القصة الخبرية المزيفة ، لم تفارق الصفحات الأولى من الصحف الغربية لعدة أسابيع . وهذا يؤكد حقيقة راسخة لا يمكن تجاهلها وتتمثل فى أنه فى فترات الحروب أو الصراعات أو الأزمات تتحول كل الصحف ، حتى المحافظة والوقورة منها ، إلى صحف صفراء . وطالما أن هذه الحروب أو الصراعات أو الأزمات أصبحت نوعًا من الروتين السياسى المتواصل بشكل أو بآخر . فإن الصحافة الصفراء بدورها أصبحت من حقائق العصر التى لا يمكن تجاهلها ، والتى فى إمكانها أن تأخذ زمام المبادرة من الصحف المحافظة والوقورة فى كثير من الأحايين ، نتيجة لتأثيرها العميق الذى تمارسه على أعلى المستويات .

ففى ٢١ يناير ١٩٤٨ أدلى الوزير البريطانى ماكنيل بحديث فى مجلس العموم قال فيه إن حكومة جلالة الملك مقتنعة بصحة المستندات التى نشرتها الصحف والتى تمس مستقبل منطقة الرور الصناعية الحيوية فى الصميم والتى كانت مهد الفاشية أو النازية التى أدت إلى الحرب العالمية الثانية . وبرغم أن وزير الدولة ماكنيل لم يذكر الاتحاد السوفييتى بالاسم ، لكن القصة الخبرية التى رددتها

الصحف بصيغ مختلفة ، ربطت بين سعى الشيوعيين الألمان للاستيلاء على السلطة فى منطقة الرور وبين الاتحاد السوفييتى المصمم على دعمهم بكل وسيلة ممكنة ، مما يلمح إلى أن الرور ستكون هذه المرة مهدًا للشيوعية فى قلب أوروبا ، بعد أن كانت مهدًا للنازية قبل الحرب .

ويبدو أن المخابرات البريطانية لم تكن قد أصابتها حمى الرعب الأمريكية من الوباء الشيوعى ، فقامت بتحريات موضوعية حول الموضوع لتكتشف أنه ليس هناك أى أساس له من الصحة . ولم تتردد فى تقديم تقريرها إلى الحكومة بهذا الشأن . وفوجئ أعضاء مجلس العموم فى جلسة ٩ أبريل ١٩٤٨ بأن لوزير الدولة ماكنيل أفكارًا أخرى اضطر أن يعلنها أمامهم ، عندما قال إن الحكومة البريطانية لديها شكوك بخصوص ما تردد حول اتفاقية غامضة بين الاتحاد السوفييتى والحزب الشيوعى الألمانى للاستيلاء على منطقة الرور الصناعية الخطيرة . ثم انضم إليه أنورين بيفين وزير الخارجية ليعلن عن شكوكه العميقة هو الآخر . ومن المعروف أن الأسلوب الإنجليزى الذى اشتهر بالتحفظ فى اختيار الألفاظ ، كان يقصد بكلمة «شكوك» نوعًا من الرفض الدبلوماسى للقصة الخبرية المزيفة .

ومع ذلك لم يتصدر الخبر الجديد الصادق الصفحة الأولى من الصحف الغربية ، بعد أن أدى المستند المزور وظيفته التى تم التخطيط لها لتذكير الشعب «بخطر الشيوعية الداهم» ، خاصة فى منطقة الرور التى تعد واحدة من أهم المناطق الصناعية فى العالم ، والتى نبعت منها النازية ثم أصبحت ممهدة لتصدير الشيوعية ، بحكم أنهما وجهان لعملة واحدة هى الحكم الشمولى والديكتاتورى والفاشى . لكن مربط الفرس كان فى أيد خفية غير الأيدى السياسية المرئية . كانت هذه الأيدى الخفية هى للملوك غير المتوجين فى الرور ، ملوك الصلب والفحم الذين يحركون من وراء الستار كبار الساسة ورجال الصحافة فى إطار

حلف خفى يتبادلون من خلاله المصالح والفوائد المشتركة ، كل هذا تحت قناع «إنقاذ الحضارة الغربية من براثن الشيوعية» .

وإذا كانت الصحافة الصفراء قد ولدت فى نيويورك فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، فذلك لأن الصحافة الأمريكية تميل بحكم ظروفها الاقتصادية والتاريخية والاجتماعية إلى الإثارة والتشويق . ومن هنا كان من السهل رصد ملامح أو خصائص أو أساليب الصحافة الصفراء فى معظم الصحف الأمريكية التى تطلق عليها أوصاف مثل القومية أو المحافظة أو الوقورة ... إلخ . ومن هنا أيضًا كانت حمى معاداة الشيوعية ومعاداة السوفييت التى أثارتها معظم الصحف فى الولايات المتحدة ، والتى بلغت أشدها فى بداية خمسينيات القرن العشرين ، حين سيطرت على الدولة بأسرها هيستيريا جماعية لم يسبق لها مثيل . وقد تبارت الصحف القومية مع الصحف الصفراء فى الوصول بهذه الهيستيريا إلى آماد تجاوزت كل أنواع الإثارة المعقولة والمقبولة . ولم تقتصر الهيستيريا على المواد المنشورة بل على طريقة تنسيق الصفحات والعناوين الرئيسية والرسوم الكاريكاتيرية والصور الملونة ... إلخ . وكأن الصحف تكاد تصرخ بما فيها وهى تصدم عين المشترى عندما تقع عليها عند بائع الصحف ، أو تذهل القارئ عندما يشرع فى تصفحها .

وجدت الصحافة الأمريكية بصفة عامة والصحافة الصفراء بصفة خاصة ، فرصة ذهبية مشحونة بكل عناصر الإثارة والهيستيريا فى سياسة «حافة الحرب» التى كان يتبعها وزير الخارجية جون فوستر دالاس فى مواجهة الاتحاد السوفييتى ، والتى تسببت فى مواقف فى منتهى الخطورة هددت السلام العالمى بأسره . كان هدف هذه السياسة يتمثل فى دفع الخصم إلى حافة الحرب أو حافة الهاوية ، أى وضعه فى حيز ضيق خانق ، سواء فى المكان أو الزمان ، بحيث لا يجد مساحة أو

مسافة لكى يخطط أو يفكر أو يتنفس ، فيضطر إلى التسليم بالأمر الواقع . وكانت خطورة هذه السياسة تكمن فى احتمال أن يواصل الخصم تحديه حتى النهاية ، وهذا الاحتمال لا يعنى سوى وضع العالم بأسره فى مواجهة حرب عالمية ثالثة .

تسببت سياسة «حافة الحرب» فى مواقف خطيرة على المستوى الخارجى ، ومواقف هيستيرية على المستوى الداخلى . وفى كل من المستويين وجدت الصحافة منبعًا لا ينضب من الإثارة والهيستيريا ، بحيث يمكن القول بأن الصحافة الأمريكية برمتها كانت صحافة صفراء . فمثلاً كان أطفال المدارس يتعلمون كيف يختفون تحت أدراجهم عند حدوث هجوم نووى سوفييتى !! وكانت الفنادق الفاخرة تعطى نزلاءها غرفًا مزودة بعدادات جايجر لقياس احتمالات أى تسرب إشعاعى ، فى حين كان آلاف من الناس يشاهدون فى السماء الأطباق الطائرة التى وصفها كتاب الإثارة الصحفية بأنها «السلاح السرى» للاتحاد السوفييتى ، برغم أن أحدًا لا يعرف حقيقتها على وجه اليقين حتى مطلع القرن الحادى والعشرين . كما تسبب انقطاع الكهرباء فى أنفاق نيويورك فى إثارة الفزع حين سرت الشائعات بأنها حرب نووية على الولايات المتحدة . وأصبح تعبير «الروس قادمون» من التعبيرات الشائعة على ألسنة الأمريكيين ، لدرجة أن المخرج الأمريكى نورمان جويسون أخرج فيلمًا كوميديًا ناجحًا ، متخذًا من هذا التعبير عنوانًا له . بل إنه قيل إن وزير الدفاع جيمس فورستال أصيب بهذه الهيستيريا لدرجة أنه خرج للشارع وهو يعدو ليلاً فى بيجامته وأخذ يصرخ فى رعب وفزع : الجيش الروسى هبط . الجيش الروسى هبط .

وبالطبع كانت أجواء الجاسوسية مناسبة جدًا لألاعيب وخدع الصحافة الصفراء كى تصول وتجول فيها . فمثلاً فى ستينيات القرن العشرين كانت القصة الخبرية التى عرفت باسم «أوراق بكوفسكى» المزعومة ، مجرد تلفيقات مزيفة

وخيالية تدور حول «خطط سرية» للاتحاد السوفييتى لمهاجمة الغرب ، وأنواع جديدة من «أسلحة سرية» ، تهدف إلى تبرير سباق التسلح المستمر ، وتجهيز القوات المسلحة لحلف الأطلنطى فى غرب أوروبا بأسلحة نووية .

وفى عددى جريدة «نيويورك تايمز» ٢٥ ، ٢٦ ديسمبر ١٩٧٧ ، قال المحرر إن أوراق بنكوفسكى أصبحت أكثر كتب الحرب الباردة مبيعًا فى الولايات المتحدة ، وواحدة من أكثر من مائتين وخمسين تحفة باللغة الإنجليزية ، أعدتها للنشر ومولتها المخابرات المركزية الأمريكية منذ أوائل الخمسينيات . فقد كان بنكو فسكى وهو موظف سابق فى اللجنة الحكومية لتنسيق البحث العلمى فى الاتحاد السوفييتى ، قد عرض خدماته على المخابرات البريطانية وبالفعل عمل لحسابها ثم انتقل بعد ذلك للعمل فى المخابرات المركزية الأمريكية . وفى عام ١٩٦٥ نشرت دار «دبلداى» ما سمى «بيوميات الجاسوس» ، بطلب من المخابرات المركزية الأمريكية ، وبناء على قرار أصدرته (لأسباب عملية) لجنة مجلس الشيوخ للمخابرات . وتواصل نشر هذه الأوراق لفترة من الوقت فى الصحف والمجلات الغربية المتعطشة للإثارة والرواج التجارى . وبالفعل عاد النشر عليها بثروات ضخمة ، لا فرق فى هذا بين الصحف الصفراء والصحف المحافظة والعريقة والوقورة التى كانت فى مقدمتها «واشنطن بوست» و«الأوبزرفر» ، اللتان نشرتا فصولاً كاملة منها لعلها تنال نصيبها من الكعكة .

لكن لم تكن كل الصحف والمجلات صفراء فى وسائلها وغاياتها ، بل كان منها من حافظ على شرف المهنة ومصداقيتها ، وسبح ضد التيار . وكان فى مقدمتها مجلة «دى زايت» الألمانية الغربية ، وصحيفة «الجارديان» البريطانية وغيرهما ، ذلك أن المبالغة فى الاختلاق والتزييف يمكن أن تؤدى إلى نتيجة عكسية تمامًا . فقد بدأ الشك يسرى ، ونشرت مجلة «دى زايت» الأسبوعية مقالاً بعنوان «حقد خالص أم كذبة جديدة ؟» . وقد أثبتت الأسئلة التى حاولت الإجابة عنها أن هذه الأوراق

كانت كذبة واهية سخيفة وتدحض نفسها بنفسها . فقد بذل الناشرون أقصى ما فى وسعهم لإثبات صحة الأوراق المنشورة ، لكن كل أدلتهم وشواهدهم كانت من النوع الردىء الذى تسهل تعريته ، والذى يستلهم نماذج تقليدية لأكاذيب سابقة. كما أنهم عجزوا عن أن يفسروا السر فى أن يقدم رجل يعيش فى خطر دائم على مخاطرة أكبر بكتابة مذكرات وعن وطنه بالذات .

أما فى ١٦ نوفمبر ١٩٦٥ فقد نشرت صحيفة «الجارديان» للإعلامى السوفييتى فيكتور زورزا تقريرًا قال فيه :

«بدون أدنى شك فإنه لا وجود لأصل مذكرات بنكوفسكى . والنص الإنجليزى الذى نشر على أوسع نطاق ، زاخر بصفحات لا يستعملها أى إنسان له خلفية بنكوفسكى السوفييتية . وهذه ليست أخطاء ناتجة عن الترجمة ، بل هى مترتبة على جهل واضح بالمصطلحات . وفى الواقع فإنه من الواضح أن الجزء الذى يتناول العقيدة العسكرية السوفييتية بأكمله من تأليف المخابرات المركزية الأمريكية. ويؤكد التشابه بين الأسلوب الذى كتب به هذا الجزء والأسلوب العام للمذكرات، أن الكتاب برمته قد ألفته وكالة المخابرات المركزية . وكان جيبنى ناشر المذكرات المزيفة قد قال إن الكتاب من ترجمة المصحح دريابين ، غير أن هذا الأخير لم يكن يعرف أية لغة أجنبية على الإطلاق ، فهو لا يعرف سوى الروسية» .

وبرغم تشدق الصحف الأمريكية بحرصها على التعددية الفكرية والديمقراطية السياسية التى تفتح المجال لكل الآراء والتوجهات على اختلاف أنواعها مهما كانت متناقضة ، فإن الجسور المتينة والعريضة الممتدة بينها وبين وكالة المخابرات المركزية تدحض هذه الادعاءات من أساسها ، خاصة عندما يتحول بعض الصحف إلى مجرد أبواق غير مباشرة لمخططات هذه الوكالة التى استطاعت من

خلالها أن تحول الشيوعية إلى كابوس يطارد العالم الغربى فى صحوه ومنامه ، وتتجاوز خطورته كل أهوال النازية بمراحل عديدة . فقد كان من الضرورى خلق عدو مرعب يجعل الدول الغربية نواة صلبة فى مواجهته . ولاشك أن خبراء وكالة المخابرات المركزية ، بكل عملائهم فى شتى أرجاء المعمورة وأجهزتهم المتقدمة فى مجالات الجاسوسية والتنصت والتصوير ، كانوا يدركون أن الشيوعية لا يمكن أن تكون بهذا الرعب المبالغ فيه . فهى نظام شمولى ينهض على القهر والإرهاب والبطش بكل مواطن تسول له نفسه أن يصرح برأى مخالف لتعليمات الحزب الشيوعى الأوحد . وهو نظام محكوم عليه بالفناء من تلقاء نفسه ، حتى إذا لم يقض نحبه فى حرب عالمية مثلما جرى للنازية ، إذ إن دروس التاريخ أثبتت هشاشة أى نظام سياسى مضاد للطبيعة البشرية ، مهما بدا جبارًا ومنيعًا وباطشًا ، فهو لا يملك القوة الداخلية التى تمكنه من الاستمرار والرسوخ . ومما يدل على هشاشة الرعب الشيوعى المزيف أنه انهار واندثر فى حرب باردة كان يمكن أن تستمر أطول من ذلك لولا الخواء الذى سرى فى النظام السوفييتى مثل السوس فى هيكله العظمى ، فى حين أن الرعب النازى كان حقيقة واقعية جاثمة على كاهل دول العالم أجمع كالكابوس الذى لا يريد أن ينقشع . ولم تندثر النازية إلا بعد أبشع حرب متأججة لم تشهد البشرية مثيلاً لها من قبل .

وقد ساهمت الصحف الأمريكية بصفة خاصة والصحف الغربية بصفة عامة بأكبر قسط فى إيهام الدول الغربية بضرورة الحرص واليقظة والمواجهة الحاسمة للرعب الشيوعى المتربص بها عند كل منعطف . وقد نجحت بالفعل فى خلق هذه الأسطورة المزيفة التى جعلت من حلف شمال الأطلنطى طليعة لحلف غربى شامل على كل المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وليست

العسكرية فحسب . فقد كانت الصحف الأمريكية والغربية بمثابة عازفين فى أوركسترا واحد ، انضمت إليه كل الصحف ، سواء القومية المحافظة أو الصفراء المثيرة . كلها تفننت فى إثارة الرعب والهلع من الشيوعية بالكلمة والصورة والإخراج الصحفى المتقن والمثير . فقد كانت كلها بحق صحافة الحقائق الضائعة .

فى ٢٣ يونيو عام ١٩٧٥ ، أى قبل عدة أسابيع من الختام الناجح لمؤتمر الأمن والتعاون فى أوروبا ، كشفت صحيفة «كوتيديان دى بارى» الفرنسية ، التى تصف نفسها بأنها «يسارية ليبرالية» عن مستند وصفته بأنه بالغ السرية ، ورددت بعدها نفس النغمة ، كل من الصحيفة الألمانية «فرانكفورتر راندشو» ، والصحيفة البرتغالية «ريبابليكا» ، اللتين أكدتا مع الصحيفة الفرنسية أن المستند بالغ السرية قد تمت كتابته فى موسكو . وسرعان ما انضمت الصحف إلى الأوركسترا الذى يقوده مايسترو خفى ، فخرجت صحف ألمانيا الغربية بعناوين رئيسية مثل «الشيوعيون يزايدون من أجل السلطة فى البرتغال» و«تعليمات موسكو السرية للشيوعيين البرتغاليين نشرت علنًا» ، وهكذا . ثم أذاعت وكالة الأنباء الفرنسية أن هذا المستند يعطى توجيهاتهم التكتيكية لكل الأحزاب الشيوعية فى الغرب ، وأن التعليمات للاستيلاء على السلطة كانت ضرورية لشل الأجهزة الحكومية وإخماد مقاومة السلطة الحاكمة من خلال اتهامها مثلاً بعزمها على القيام بانقلاب . كما كانت هناك توصية أخرى بإقامة اتحاد للنقابات العمالية ، والسعى من أجل تحالف تكتيكى مع الجيش للاستيلاء على الصحف ومحطات الراديو والتليفزيون» .

ولم تسكت جريدة «برافدا» السوفيتية على هذه الحملات المتتابعة من التزييف والخداع والكذب والاختلاق ، فردت بالمستندات والبراهين على أن هذا المستند «البالغ السرية» لم يكن سوى تشويه سخيف لمقالة بوريس بونوماريوف عضو اللجنة المركزية للحزب الشيوعى السوفييتى ، والتى نشرت فى عدد شهر

يونيو ١٩٧٤ من «المجلة الماركسية العالمية» التى توزع علنًا ، إذ ليس فى الموضوع أى سر على الإطلاق . وبذلك أجبرت «برافدا» الذين يتاجرون فى التزييف على أن يدافعوا عن أنفسهم بتصريحات متعاقبة . فقد قال فيليب ساسون رئيس تحرير «كوتيديان دى بارى» تبريرًا لكذبه : «إنها ليست وظيفتنا أن نتحرى عن حقيقة النص الذى أعطاه لنا الصحفيون من جريدة «ريبابليكا» . كما أدلى جان ستيفنس مدير تحرير الجريدة الفرنسية بالحديث التالى :

س : ألم يكن أبدًا فى حوزتك أصل هذا المستند الهام ؟

ج : لا .. لم أر له أصلاً .

س : هل تعتقد أنك ربما كنت ضحية ممارسات بعض أجهزة المخابرات مثل «سى.آى.إيه» أو غيرها . أى أنك خدعت ؟

ج : لا . إذا لم يثق الصحفى فى زملائه ، فماذا ستكون النتيجة ؟

ومع ذلك لم تتوقف حملات الكذب والخداع والتزييف والاستهانة بعقول القراء . ولو كانت هذه الحملات من صحف صفراء لقلنا إنها جزء من قواعد لعبتها ، لكنها كانت من قمم الصحف التى تعرف بالقومية أو العريقة أو الوقورة . ففى ٣ مارس ١٩٧٦ ، نشرت صحيفة «واشنطن بوست» أن سفارة الولايات المتحدة فى موسكو تعرضت لإشعاع نفاذ ، وقد عكف الفنيون والخبراء فى السفارة على كشف نوعيته وطبيعته وبالتالى الهدف السياسى أو العسكرى منه . وفى الحال – كالعادة – رددت الاتهام «نيويورك تايمز» ومجلة «نيوزويك» وفى أعقابهما صحف ألمانيا الغربية وبريطانيا وفرنسا . ونسيت هذه الصحف أو تجاهلت أن متحدثين رسميين لإدارة الدولة فى الولايات المتحدة قد صرحوا للصحف فى ١٠ فبراير ١٩٧٦ بأنه يجب على الصحف العريقة أن تنأى عن نشر أية شائعات أو اختلاقات أو أكاذيب ، خاصة فيما يتصل بالعلاقة بين القوتين العظميين . لكن يبدو أن

اهتمام الصحف بوكالة المخابرات المركزية يطغى على اهتمامها بالبيت الأبيض المتحفظ والوقور بطبيعته ، ذلك أن المخابرات هى الإثارة بعينها . ولذلك اضطرت إدارة الدولة إلى إصدار تصريح رسمى آخر يفيد بأن الاتهامات التى ارتبطت بسفارة الولايات المتحدة فى موسكو لم يكن لها أساس من الصحة .

كان الهدف الاستراتيجى للصحافة الغربية يتمثل فى جعل ما يسمى «بالتهديد السوفييتى» حقيقة واقعة ، على الأقل فى الأذهان ، وذلك من خلال صور زاهية ومثيرة عن «اعتداءات» خيالية ، و«عمليات هجوم خاطف» لقوات حلف وارسو المسلحة ضد الدول الغربية . وفى جلسة مؤتمر «الناتو» على مستوى وزراء الخارجية والتى عقدت فى أوتاوا فى يونيو ١٩٧٤ ، تمهيدًا لمؤتمر الأمن الأوروبى ، ورد فى الباب الخاص بعلاقات الأطلنطى ، أن هناك محاولة محتملة «بواسطة قوة أجنبية تعرض للخطر استقلال أو حرمة أراضى إحدى الدول الأعضاء فى الناتو» . وكما لو كانت تعمل تحت الطلب ، فإن الصحيفة الفرنسية «لو جورنال أوبزرفاتور» نشرت ترجمة مختصرة لسيناريو تحت عنوان «هل تستطيع أمريكا أن تكسب الحرب؟» ألفه د. هيدلتون الذى عمل خبيرًا للشئون العسكرية فى جريدة «نيويورك تايمز» ، ورد فيه ما يلى :

«فى ظرف ٤٨ ساعة تصل (يقصد قوات حلف وارسو) إلى الراين ، ويهرب جنرالات هيئة قيادة حلف الأطلنطى فى بلجيكا بالهليوكوبتر ، فى حين تمر طلائع المدرعات فى بروكسل .. وبعد عشرة أيام من بداية الهجوم تصل قوات حلف وارسو إلى شاطئ الأطلنطى والقناة الإنجليزية (بحر المانش)» .

لو كان هذا الكلام الخيالى قد صدر عن صحفى مبتدئ ، لقلنا إنه يريد أن يصبح حديث الناس كى يشتهر ، لكن أن يصدر عن خبير الشئون العسكرية فى «نيويورك تايمز» فهذه قمة الاستهانة بعقول الناس . إن أبسط قارئ لديه فكرة عامة

عن الأوضاع العسكرية فى السبعينيات ، لا يمكن أن يصدق هذا الهراء الذى يصور اختراق قوات حلف وارسو لدول حلف الأطلنطى مثل قطع السكين للزبد ، لدرجة هروب جنرالات حلف الأطلنطى مثل الفئران المذعورة أمام الزحف الشيوعى الكاسح !! ووصول المدرعات السوفييتية فى مقدمة قوات حلف وارسو إلى بروكسل ، ومنها إلى ساحل الأطلنطى وبحر المانش !! هكذا بهذه البساطة !! وهذا الهراء لم تنشره صحيفة صفراء ، وإنما نشرته «نيويورك تايمز» التى تعد من أعرق الصحف الأمريكية وأكثرها وقارًا وجدارة بثقة القارئ ! مما يدل على أن الصحافة الصفراء ليست مجرد نوع معين من الصحف يتميز بخصائص مختلفة عن أنواع أخرى ، بل هى منهج فى التحرير والصياغة بهدف التلاعب بمشاعر القراء وعقولهم ، ولا يقتصر على نوع من الصحف دون آخر ، بل يكاد يسرى كالوباء فى معظم الصحف على اختلاف أنواعها ، واختلاف درجاته .

ويبدو أن الخصائص الجوهرية للسياسة الأمريكية كانت بمثابة البنية التحتية الخفية التى نهضت عليها البنية الفوقية العلنية للصحافة الأمريكية . فهى سياسة تنهض على حسابات علمية وعملية دقيقة ، يتوافد عليها الخبراء والمسئولون فى سرية تامة ، فى خمس إدارات رئاسية تتمثل فى البيت الأبيض ، ووزارة الدفاع ، ووزارة الخارجية ، ووكالة المخابرات المركزية ، ومكتب المباحث الفيدرالى . لكن هذه الحسابات ، عندما تتحول إلى سياسات عملية ، يتم تسويقها بأساليب تحمل من الإثارة الانفعالية عناصر متعددة ومتنوعة ، خاصة انفعالات الخوف والقلق من عدو خطير متربص بالشعب الأمريكى ، حتى يتماسك هذا الشعب فى مواجهة هذا التهديد الخفى أو المعلن ، المزيف أو الحقيقى ، المصنوع أو الطبيعى . وخاصة أن أصول وأعراق هذا الشعب تنتمى إلى أجناس يمكن أن تمثل كل أجناس الأرض . وقد فشلت الأمة الأمريكية فى القيام بدور البوتقة القادرة على صهر هذه

العناصر فى سبيكة قومية متبلورة ، ومن هنا كانت ضرورة وجود عدو خارجى أو داخلى يحتم ترابط الشعب فى مواجهته . بدأت هذه السياسة بحرب القضاء على الهنود الحمر الذين عجزوا برماحهم وخناجرهم وسيوفهم وبلطهم عن الصمود أمام بنادق البيض الغزاة ومسدساتهم بل ومدافعهم ، وبرغم أنهم أصحاب الأرض الأصليون فقد تحولوا إلى أقلية هزيلة ومنزوية . كذلك فعل البيض مع الأفارقة السود الذين أجبروهم على السخرة فى المناجم والمزارع وشق الطرق ومد خطوط السكك الحديدية . وبعد ذلك بدأت حرب الاستقلال ضد الاستعمار البريطانى إلى أن تم التحرير .

لكن الاختلافات الثقافية والفوارق العنصرية والتناقضات العرقية ظلت كامنة إلى أن انفجرت فى الحرب الأهلية الأمريكية بين الشمال والجنوب . وكانت قضية تحرير العبيد بمثابة القشة التى قصمت ظهر البعير بحيث أشعلت هذه الحرب التى استمرت أربع سنوات . (١٨٦١ - ١٨٦٥) . ولم يكن فيها آخر من الخارج ، بل كانت صراعًا مريرًا بين أبناء الوطن الواحد أو الذى يفترض أنه واحد ، واختفى فيها الآخر الذى تمثل من قبل فى الهنود الحمر والزنوج ثم البريطانيين .

ثم وجد الساسة الأمريكيون ضالتهم فى الحرب العالمية الأولى التى أخرجتهم من عزلتهم بحثًا عن العدو الذى يمكن أن يهددهم ليتكتلوا ضده كأمة واحدة تدافع عن مصيرها القومى . وكانت هذه الحرب بمثابة مقدمة للحرب العالمية الثانية التى اعتبرتها الولايات المتحدة ملحمتها الكبرى فى صراعها المميت ضد النازية التى كانت أقوى عدو وأصعب اختبار مصيرى لقدرتها على الصمود ثم الشموخ . وعندما خرجت منتصرة من الحرب المشتعلة ، هرعت إلى الحرب الباردة ، لتبدأ مواجهتها مع العدو الجديد ، أى الشيوعية . وعندما انهارت الشيوعية من تلقاء نفسها ، واندثر الاتحاد السوفييتى ومعه المعسكر الشرقى وحلف وارسو .

شرعت الولايات المتحدة فى البحث عن عدو جديد ، وجدت ضالتها فى أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ ، وبدأت حربها الجديدة ضد ما أسمته بالإرهاب .

هذا هو المضمون الفكرى والثقافى للسياسة الأمريكية منذ بدايات تبلورها ، أما عن الشكل الذى وظفته لتوصيل هذا المضمون إلى الجماهير ، فقد تمثل فى إثارة الانفعالات التى يجب أن تتأجج بصفة مستمرة بقدر الإمكان حتى لا يفلت زمام الجماهير من يدى الإدارة الأمريكية . وفى مقدمة هذه الانفعالات ، الإحساس الدفين بالخوف من تهديد متجدد لعدو خبيث . وطالما أن الأمر دخل مجال الانفعالات الحادة أو المتأججة أو الفجة أو الواهمة أو الحالمة .. إلخ ، فإن أساليب المبالغة والإثارة وغسيل المخ والتخويف والاستهانة بعقول الناس ، تصبح أدوات فعالة بل ومشروعة لتوصيل الرسالة الإعلامية المقصودة .

ومن الواضح أن هذه الأساليب تحولت إلى تقاليد راسخة فى الفكر السياسى الأمريكى عبر الأجيال . ونظرًا للعلاقة العضوية بين السياسة والصحافة، فقد كان من الطبيعى أن تسرى هذه الأساليب فى الأداء الصحفى والإعلامى بصفة عامة ، والتى تكثفت وتبلورت فيما عرف بالصحافة الصفراء التى برزت من التربة الصحفية الأمريكية كنبات طبيعى للغاية ، استطاع أن يثمر وأن يزدهر وأن ينتشر منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر وحتى العقد الأول من القرن الحادى والعشرين ، ليس فى أمريكا فحسب بل فى شتى أرجاء العالم . وإذا كان رجال السياسة يحرصون على التلاعب بمشاعر الجماهير وعقولها ، فإن رجال الصحافة أولى بممارسة هذه اللعبة لأن رواج صحفهم واستمرارها يعتمدان على جذب القراء إليها بكل الأساليب الممكنة . وهو ما يفسر إقبال المراسلين والمحررين والصحفيين بحماس شديد على التصريحات المثيرة للساسة ، والتى يضيفون إليها من التوابل ما يجعلها مادة يصعب تجاهلها .

لم تعد القضية قضية مصداقية ، بل هى كيفية إتقان الكذب والتزييف بل والتزوير . ولم يعد الساسة أو الصحفيون يندهشون عندما يسمعون المبالغات التى لا يمكن تصديقها ، لأنها أصبحت من القواعد المعتادة للعبة ، برغم أنها قد تذهل الجمهور الذى تحركه انفعالاته التى قد تجعل من هذه المبالغات قاسمًا مشتركًا فى الأحاديث اليومية التى تدور حول الضربات النووية والحروب التى يمكن أن تشتعل بين يوم وليلة لمجرد خطأ فى الحسابات أو الأجهزة ، والتى يمكن أن تقضى على الحضارة الإنسانية برمتها ... إلخ فمثلاً عندما أصبح مشروع القرار النهائى لمؤتمر الأمن والتعاون الأوروبى فى أغسطس ١٩٧٥ جاهزًا ، كان جورج ليبر وزير دفاع ألمانيا الغربية فى ذلك الوقت ، هو وزير الدفاع الوحيد فى دول حلف شمال الأطلنطى الذى أيد زميله الأمريكي شليزنجر عندما هدد الأخير بأنه «فى حالة الحرب» سوف تكون الولايات المتحدة أول من تقوم بتوجيه ضربة نووية . لكن بمجرد مرور أربعة شهور من الختام الناجح للمؤتمر الأوروبى - ديسمبر ١٩٧٥ - أجمع وزراء دفاع دول حلف الأطلنطى فى منشور رسمى لهم على «اهتمامهم العميق بكل الاتجاهات التى لابد من مراقبتها فى الوقت الحاضر ، والتى تثيرها القدرة العسكرية المهددة» لدول حلف وارسو .

ولم تتوقف الحمى السياسية المتأججة بسبب ادعاءات «التهديد السوفييتى» ، ومعها حمى صحفية مواكبة وموازية لها بطبيعة الحال . ففى منتصف صيف ١٩٧٦ ، دخل جنرال بلجيكى متواضع الصيت اسمه «كلوز» حلبة الأكاذيب والادعاءات والاختلاقات بتفاصيل خيالية من بنات أفكاره حول أسرار «التهديد السوفييتى» . وفى الحال هرعت صحف التشهير بإعطائه شعبية كبيرة ، بعد أن وصف المخاوف من «الانقضاض المفاجئ للسوفييت» فى سيناريو مثير كما يلى : «سوف تغزو المدرعات السوفييتية فجأة ألمانيا الغربية ، وتحتل المدن الرئيسية ،

ثم تصل إلى الراين خلال ٤٨ ساعة» . والعجب أن القائد الأعلى للقوات فى أوروبا الجنرال ألكسندر هيج سرعان ما ردد هذه الادعاءات والتخريفات التى قد لا تخطر على بال مخرج أمريكى من مخرجى أفلام الخيال العلمى .

ولقد مكنت هذه الهيستيريا السياسية والصحفية والعسكرية مؤتمر وزراء حلف شمال الأطلنطى فى ديسمبر ١٩٧٦ ، من أن يؤكد فى تقريره الرسمى على أن المستوى المرتفع للإنفاق العسكرى فى الاتحاد السوفييتى يسبب قلقًا خطيرًا ، وأن التصريحات الأخيرة لأعضاء حلف وارسو حول مقترحات وقف سباق التسلح فى اجتماع بودابست تعتبر غير مقبولة . وفى يناير ١٩٧٧ علق دونالد رامسفيلد وزير الدفاع الأمريكى على التقرير الرسمى للحلف ، بهدف تأكيد الاختلاق عن ضربة خاطفة «محتملة من الشرق» ، وهو الذى عاد ليتولى وزارة الدفاع مرة أخرى فى إدارة الرئيس جورج دبليو بوش ، مما يدل على استمرار نفس الاستراتيجية الأمريكية الحريصة على خلق العدو الغامض الرهيب الذى لابد أن يتكتل الشعب الأمريكى لمواجهته وصده ودحره . ولابد أن رامسفيلد وجد ضالته فى أحداث الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١ ، ليدعو الأمريكيين لمواجهة العدو الجديد التى تمثل هذه المرة فيما أسماه بالإرهاب الدولى ، وذلك بعد أن اندثر العدو السوفييتى القديم .

وكان من الطبيعى أن ينضم التليفزيون الأمريكى إلى صحافة التهييج والإثارة بصفته وسيلة الاتصال الأساسية التى لابد أن تقوم بدورها فى دفع أمواج الحرب الباردة ، كى ترسخ الثقة فى تصريحات القادة الذين يقتاتون على الأكاذيب التى يقدمونها كغذاء يومى لأفراد الشعب الذين لا يدرون شيئًا عن الحقائق الضائعة . بل إنه فى ربيع ١٩٧٧ بثت محطات التليفزيون فى الولايات المتحدة وألمانيا الغربية مسلسلاً عن «ألعاب الحرب» على سبيل تعبئة الجماهير لاحتمالات الحرب التى

يمكن أن تقع بين يوم وليلة . وقد بدت هذه البرامج والمسلسلات كما لو كانت شفرة حربية موجهة من ممثلى حلف شمال الأطلنطى الذين يراقبون المناورات العسكرية لدول حلف وارسو للإيحاء أو للتوعية بأن الاتحاد السوفييتى ينوى أن يبدأ حربًا ! وهى لم تكن شفرة بمعنى الكلمة وإنما رسالة إلى شعوب الدول الغربية بأن التهديد السوفييتى قائم ومتزايد ويمكن أن يتحول إلى حرب فى أية لحظة .

وكان التعاون كاملاً بين الصحافة والتليفزيون الذى أضفى ثقة أكبر على الاستعداد العسكرى على الشاشة من خلال استعانة مقدمى البرنامج التليفزيونى بخبرات وآراء المحررين العسكريين لكبريات الصحف الأمريكية ، وكثير منهم سبق أن خدم فى القوات المسلحة الأمريكية بل وكان من القيادات المرموقة . وقد نجحت حملة هذا التصعيد الصريح لهيستيريا الحرب ، وتجسدت فى زيادة قدرها ٢٠٪ فى عدد المؤيدين الفعليين لزيادة الإنفاق العسكرى فى الولايات المتحدة . ولقد شرح ذات مرة وزير الدفاع الأمريكى رامسفيلد - بصراحة تهكمية - الأهداف التى تسعى القوات الأمريكية إلى تحقيقها عندما تلجأ المرة تلو الأخرى لكذبة «التهديد السوفييتى» ، عندما قال إنه ليس بالكثير على البنتاجون أن يكتشف فجأة نمو القدرة العسكرية السوفييتية كى يحدث تأثيرًا فعالاً وعميقًا فى الشعب الأمريكى ثم ترديد الحقائق نفسها وتكرارها حتى تحفر نفسها تمامًا فى عقول الشعب بحيث تصبح حقائق فعلية عندما يتصرف الشعب بناء عليها . وهو نفس المنهج الذى اتبعه من قبل جوبلز وزير دعاية هتلر الذى كان يستخدم نفس الألفاظ تقريبًا .

ومن الطبيعى ألا تكون الصحف جميعًا صفراء . فهناك من الصحف العريقة التى رسخت عبر الأجيال بفضل مصداقيتها العالية واحترامها للقراء ، ما جعلها جزءًا لا يتجزأ من الوجدان القومى ، وقاعدة للثقة التى لا تهتز . فلابد أن يبادلها القراء احترامًا باحترام . من هذه الصحف صحيفة «التايمز» البريطانية التى حذرت

فى ٢٦ يناير ١٩٧٧ من النتائج الخطيرة المحتملة لسياسة إيهام العقول بالحرب الوشيكة ، فقالت :

«إن سباق التسلح المستمر هو مصدر الخطر الحقيقى ، ليس فى العمليات المحددة فحسب ، بل فى المواجهة العالمية التى يمكن أن تتحول إلى صدام . إن استمرار الضغط على زر الرعب وإطلاق جرس الإنذار من شأنه أن يخلق حالة نفسية معقدة تصعب معالجتها ، كما أنه سوف يورط الجنس البشرى فى سباق للتسلح بلا حدود ولا يمكن أن يكسبه أحد أبدًا ، إذ إن الخسارة الفادحة ستحيق بالجميع» .

وتركز صحيفة «التايمز» على التذكير بأن الدول الأوروبية والولايات المتحدة وكندا قد تعهدت كلها فى الوثيقة النهائية للمؤتمر الأوروبى فى هلسنكى «باتخاذ خطوات فعالة فى اتجاه التنفيذ النهائى لنزع السلاح الشامل والكامل تحت رقابة دولية صارمة وفعالة» لكن «التايمز» ومثيلاتها من الصحف العريقة ذات المصداقية العالية لا تشكل تيارًا مؤثرًا فى الساحة الصحفية والسياسية ، بل تكاد تكون استثناءً من القاعدة التى تمثلها كبريات الصحف التى وجدت فى أساليب الصحافة الصفراء جسورًا متينة وعريضة تربط بينها وبين مراكز السلطة المؤثرة ، بما يمكنها من الحصول على القصص الخبرية المثيرة التى يمكن أن تصل إلى مستوى السبق الصحفى الذى يجذب القراء والمعلنين فى آن واحد ، وبالتالى تتجنب الوقوع فى متاعب ومآزق اقتصادية قد تقضى عليها . ولذلك إذا كان التخويف من الحرب التى يمكن أن يشنها العدو المتربص دائمًا فى أية لحظة ، تجارة رابحة سواء لمصانع الأسلحة وتجارها ، أو للقوات المسلحة نفسها ، أو حتى الصناعات المدنية التى تخدمها أو تستفيد منها ... إلخ ، فإن التواطؤ بين هذه الأجهزة والإدارات وبين الصحافة لابد أن يعود على الأخيرة بالخير العميم . ولذلك حرصت الصحف

المستفيدة من هذا التواطؤ على تشويه نصوص الوثيقة النهائية للمؤتمر الأوروبى فى هلسنكى ، نصًا وروحًا ، فى حين لم تنشرها صحف غربية كثيرة وتجاهلتها كأنها لم تكن . فهى لن تستفيد شيئًا من التنفيذ النهائى لنزع السلاح الشامل ، مثلها فى ذلك مثل أولى الأمر العسكريين الذين يعتبرون الحرب أو التهديد بها صناعتهم وتجارتهم الرابحة .

ومن الطبيعى أن تفتح الصحافة التجارية أحضانها لمذكرات وكتابات أى مسئول سابق فى أى موقع حساس مثير لتشويق القارئ ، بل وتترك له العنان فى أى يكتب كل ما يعن له من أحداث ومواقف وحوارات حتى لو كانت زاخرة بالأكاذيب والاختلاقات التى يعتبرها المسئولون فى هذه الصحف نوعًا من التوابل الحريفة التى تفتح شهية القراء لالتهام المادة المنشورة . وإذا كانت هناك مسئولية ما فهى مسئولية كاتب المذكرات أو الفصول المسلسلة ، وهو غالبًا ما يكون ممن عملوا فى أجهزة المخابرات أو المباحث أو الخارجية ، وربما كان على رأس إحداها . وفى فترة الحرب الباردة بصفة خاصة ، كانت المذكرات والحلقات والفصول التى تدور حول محاور الصراع والتآمر بين الشرق والغرب - سواء بالحق أو بالباطل ، وغالبًا ما كانت بالباطل - هى المادة المفضلة عند الصحف التى تسعى لزيادة توزيعها وإعلاناتها . ولم تكن تسعى لرصد الحقائق والمواقف السياسية وكشف أسرارها للقراء ، وإنما كان همها الأول يتمثل فى شحن صفحاتها بأكبر قدر ممكن من الإثارة والتشويق وغير ذلك من التوابل ، بصرف النظر عن المصداقية التى لا تشكل عندها قضية ملحة . وكان التنافس بين هؤلاء المسئولين السابقين فى أجهزة المباحث والمخابرات ، مشتعلاً فى سباق محموم نحو النشر لعل كل منهم يفوز بقصب السبق فى إثارة اهتمام القراء . وهذا السباق أدى إلى كشف عمليات التزييف والغش والخداع التى ارتكبتها هذه الأجهزة وتعريتها على صفحات

الصحف طمعًا فى أكبر أجر ممكن مقابل النشر . ذلك أن القراء مغرمون بكشف الأسرار والخفايا والفضائح خاصة من هؤلاء الذين كانوا فى قلب الموقع ، مما يعنى أن أساليب الصحافة الصفراء أصبحت سيدة الموقف حتى فى الصحف والمجلات التى اشتهرت بالعراقة واحترام عقول القراء .

ولعل المنافسة المحمومة التى جرت بين قطبين من أقطاب وكالة المباحث الفيدرالية الألمانية ، كانت نموذجًا لفضح المستور من خبايا هذا الجهاز الغامض الذى كان يسيطر على الأمن الداخلى فى ألمانيا الغربية . كان هذان القطبان هما جونز نولو الذى رأس هيئة مراعاة الدستور لمدة خمسة وعشرين عامًا ، والجنرال جهلن الذى رأس قلم المخابرات الفيدرالية . فقد نشر جونز نولو فى مذكراته التى نشرها عن هيئة مراعاة الدستور ، كيف كان خلال عمله متكفلاً أساسًا بإثارة معاداة المعسكر الشيوعى حتى تظل متأججة ، وكيف استخدم كافة الوسائل المتاحة لوكالة المباحث الفيدرالية ، وفى مقدمتها أكاذيب متقنة لا يمكن أن يبتكرها سوى خيال جامح لكنه يعرف كيف يحتوى القارئ ويقنعه دون أن يشك لحظة فى حقيقة ما يقرأ ، ذلك أن متعة الإثارة تطمس أى تطلع له لاختبار مصداقية القصص الخبرية المنشورة : أى تطبيق أساليب الصحافة الصفراء بحذافيرها .

وكان منافسه الجنرال جهلن قد باع حقوق نشر مذكراته هو الآخر على شكل فصول مسلسلة إلى صحيفة «شبرنجر دى فيلت» الألمانية الغربية . وبمجرد نشر هذه المذكرات أعلن نولو الحرب على منافسه السابق ، فاضحًا الوسائل البدائية التى كان يستخدمها لمعاداة الشيوعية ، لدرجة أن عقله شطح ليوهم القارئ أنه ينشر معلومات جديدة لأول مرة فى التاريخ عن الدور الذى لعبه مارتن بورمان عضو الرايخ الألمانى وموضع ثقة هتلر . يقول نولو فى مذكراته التى ترد على مذكرات جهلن :

«بدأت «دى فيلت» حلقاتها بإشاعة فاحشة الكذب والزيف قدمها جهلن من عندياته . وكان عنوان الحلقة يقول : «جهلن يقرر أن بورمان كان عميل ستالين» . ولكى يؤيد تلفيقه الزائف ، ادعى جهلن أن بورمان أقام بعد الحرب فى الاتحاد السوفييتى ، وعاش هناك فى مخبأ أمين . وبالطبع فإن هذا المخبأ لم يعد مأمونًا بعد أن استطاع جهلن اكتشافه برغم أنه لم يقل كيف فعل هذا !! وعلى أية حال فقد نجح جهلن !! وساندته صحيفة !! «دى فيلت» فى إثارة رعب جاسوس خفى ، وفى تدعيم وجهة نظر زائفة تدعى أن ألمانيا خسرت الحرب «بسبب الخيانة فحسب» . وتلك وجهة نظر سخيفة تدحضها الحقائق ، وإن كان قد سبق بالفعل التعبير عنها بعد الحرب العالمية الأولى فى منشور وزعه الشباب الألمانى بطريقة سرية ، وأكد أن ألمانيا لا يمكن أن تنهزم فى ساحة القتال ، وإنما الخيانة هى التى هزمتها . لكن كيف بلغ الزيف والاختلاق بجهلن درجة جعلته يجرؤ على أن يدعى أن بورمان كان جاسوسًا ؟! فقد كان هذا هو ما قاله لقاضى محكمة فرانكفورت الذى عين ليبحث إمكانية اتخاذ إجراءات محاكمة جنائية ضد بورمان حيث ادعى جهلن أنه على قيد الحياة . وعلى سبيل تأكيد هذه المعلومات أخبر جهلن قاضى المحكمة أن واحدًا من عملائه شاهد تحقيقًا مصورًا عن مهرجان الرياضة فى موسكو فى الجريدة السينمائية لبرلين الشرقية ، ربما فى عام ١٩٤٦ أو عام ١٩٤٧ ، واستطاع هذا العميل أن يتعرف على مارتن بورمان فى الزحام . وأى محقق اضطر فى وقت ما للتعامل مع أدلة الشهود ، يدرك جيدًا ما تساويه شهادة من هذا النوع!» .

كان هدف هذا الغش واضحًا للغاية ، إذ إن الرأى العام الأمريكى بصفة خاصة والعالمى بصفة عامة ، كان قلقًا من الشائعات المثارة حول تسلل النازيين السابقين الخفيين وأتباعهم إلى أجهزة الدولة . وكان هدف هذا الاختلاق هو تشتيت انتباه هذا الرأى العام بادعاءات باطلة توحى من طرف خفى بأن الاتحاد

السوفييتى الكامن وراء ما عرف بالستار الحديدى ، قد فشل فى منع تسلل النازيين السابقين إلى أغواره برغم كل أجهزة أمنه التى لا يمكن اختراقها . ولم يكن الهدف يتمثل فى تضليل الرأى العام فحسب ، بل كان يهدف إلى تسميم الجو بالوسائل السياسية والإعلامية والصحفية بين المعسكرين الشرقى والغربى ، والقضاء على أية احتمالات للتقرب فيما بينهما ، حتى لا يضيع منجم الذهب الذى ينهل منه رجال الحرب ، ومصانع الأسلحة وتجار السلاح والوسطاء المنتشرون فى كل بقاع الأرض .

وفى ربيع عام ١٩٥٣ ، أعدت منظمة جهلن [فقد أصبحت له منظمة تحمل اسمه] ، «مجلدًا ضخمًا» لاستعماله فى مؤتمر برلين لوزراء خارجية الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا والاتحاد السوفييتى ، كدليل لإثبات النوايا العدوانية لجمهورية ألمانيا الديمقراطية (الشرقية) . وقد علق نولو على التقرير الذى ورد فى المجلد قائلاً :

«كان التقرير بأكمله كومة من الهراء والأكاذيب . وفى رأيى أنه لم تكن هناك أية ظروف تسمح بتقديمه إلى القوى العظمى الأربعة فى المؤتمر ، لأن المسئولين والخبراء الأمريكيين والروس على حد السواء كانوا ببساطة مهيئين للسخرية من هذا الاختلاق . وكانت مهمتى هى أن أعضد وجهة النظر هذه . لكن كان علىّ أولاً أن أثبت أنه لم يكن هناك فى غابة ثيورنج التى تتمركز فيها قوات الحلفاء أية أوكار حمراء ينطلق منها الجواسيس ، أو إسقاطهم من طائرات قادمة من مطارات قريبة لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن هذه القوات . ولقد نجحنا فى إثبات أن بعض هذه البيانات زائفة . وكان تقرير جهلن قد زعم أنه كانت هناك مدرسة للجاسوسية تديرها وزارة الداخلية الألمانية (الشرقية) ، فى واحدة من الجزر فى بحيرة شفيرين . ولقد طالبت بإحضار خريطة خاصة تحدد موقع تلك الجزيرة عليها .

وبالفعل رأيت اسم الجزيرة فى وسط البحيرة . ولكن ماذا يعنى هذا كدليل ؟ كان أحد موظفينا من مواليد شفيرين ، ولقد سألته عن هذه الجزيرة فى بحيرة شفيرين ، فسألنى بدوره : هل تريد أن تأخذ حمامات لقدميك هناك ؟ إنها أحد الكثبان الرملية التى تغرق فى الشتاء والربيع» . وكانت تلك هى الورقة الرابحة عندما أتى مندوبو منظمة «جهلن» إلينا لكى يناقشوا التقرير مدعين أهميته القصوى ، لكنهم فى النهاية اضطروا إلى الاعتراف بالأكاذيب التى وردت فيه» .

ولم يكن هذا الهجوم الكاسح الذى شنه نولو على جهلن نتيجة لبحثه الموضوعى المحموم عن الحقيقة ، ولكراهيته الجارفة للكذب والتزييف والخداع ، ولحرصه الشديد على مصداقية الكلمة المنشورة ، بل كان سببه الأساسى يتمثل فى حرصه على جذب القراء إلى مذكراته التى نشرها مسلسلة ، وحشدها بكل التوابل التى جعلت منها مبارزة مثيرة بينه وبين جهلن ، بحيث يتابعها القراء بشوق وهم يخمنون من سيفوز بالنقط أو ربما بالضربة القاضية . فليس هناك قارئ واحد يمكن أن يتابع كلمة واحدة فى مذكر نولو إذا كانت مجرد مذكرة تفسيرية لما ورد فى مذكرات جهلن ، أو مجرد لمحات نقدية عابرة لها ، لكن هذه المواجهة الحادة التى تعرى كذب الطرف الآخر وتشوه صورته بالأدلة والبراهين كانت نوعًا من الانتقام المثير وليست حرصًا على مصداقية الكلمة .

ولم تتوقف صحف الغرب عن ممارسة ألاعيب الصحافة الصفراء طوال فترة الحرب الباردة . ففى ديسمبر ١٩٧٧ . نشرت مجلة «دير شبيجل» الألمانية الغربية ، «مستندًا» تحت عنوان «المانيفستو» . [وكم من أكاذيب وافتراءات واختلاقات ارتكبت تحت لافتة المستند ؟!] ادعت المجلة أن هذا المانيفستو أعدته مجموعة من المسئولين أصحاب المناصب العليا والمتوسطة فى حزب الاتحاد الاشتراكى الألمانى (الشرقى) ، ويكشف عن انقسام فى هذا الحزب ، وانشقاق بعض أعضائه عنه

نتيجة للفشل الذريع الذى أصاب التطبيقات الاشتراكية . وفى يناير ١٩٧٨ ، ظهرت فى أكبر صحف ألمانيا الغربية أنباء غطت الصفحات الأولى منها عن المعارضة الحادة التى سرت لأول مرة بين المسئولين أصحاب المناصب العليا والمتوسطة فى حزب الاتحاد الاشتراكى الألمانى الذين يحلمون بالسير على نهج ألمانيا الغربية المتفوقة اقتصاديًا .

كان الهدف الاستراتيجى من اختلاق موضوع هذا المستند ، هو إحياء شبح «التهديد السوفييتى» ، خاصة بعد اللقاء الذى تم فى مدينة جلاسبورو الأمريكية بين الرئيس الأمريكى ريتشارد نيكسون ورئيس الوزراء السوفييتى أليكى كوسجين ، لتأكيد روح الانفراج التى سرت فى العلاقات الأمريكية السوفييتية ، والتى كان من المتوقع لها أن تتفرع فى مجالات عديدة . ولذلك حرصت مراكز القوى فى البنتاجون ووكالة المخابرات المركزية ووزارة الخارجية على إثبات أن هذا الانفراج ليس سوى وهم لا يمكن أن يثبت فى مواجهة الحقيقة الراسخة التى تتمثل فى «التهديد السوفييتى» الذى يعد منجم ذهب لكل الأطراف المستفيدة من استمرار الحرب الباردة .

ويتجلى التواطؤ بعد ذلك بين المخابرات والصحافة الغربية ، فبعد نشر هذا المستند المزور ، استطاعت الصحف فى ألمانيا الشرقية أن تثبت أن فروع وكالة المخابرات الفيدرالية فى برلين الغربية قد شاركت فى إعداده . وقد تكفل بنشر الكتيب الذى يحتوى على المستند المزور ، مدير دار نشر «دير شبيجل» وهو هانز وتليف بيكر الذى كان يعمل فى جهاز التجسس فى إذاعة «الفيرماخت» فى ألمانيا النازية . وكان قد سبق له كعميل من عملاء النازية ان تسبب فى اعتقال وقتل أعضاء «روث كابل» وهى منظمة دولية كرست جهودها لمقاومة الفاشية والنازية . وكان الاختبار والتفكيك الدقيق لشفرة المانيفستو قد أظهرا بوضوح أنه توليفة من

بيانات ومنشورات قوى سياسية مختلفة . ومن ضمن هذه المواد كانت هناك : مقابلة شخصية ومقالات كتبها خبير فى الشئون السوفييتية دعى لإلقاء محاضرات فى جامعة ييل الأمريكية مقابل خدماته المعادية للشيوعية ، وأكاذيب منشق محترف طرد من حزب الاتحاد الاشتراكى الألمانى عام ١٩٦٨ ، وتعليقات إذاعة «رياس» الأمريكية فى برلين الغربية ، ومقالات نشرها فرانز جوزيف شتراوس ، الذى عمل وزيرًا للخارجية الألمانية الغربية ، وذلك فى صحيفة «راينسيكر ميركر» وثيقة الصلة بالحزب الديمقراطى المسيحى .

ومع نجاح ألمانيا الشرقية فى تعرية حقيقة المانيفستو المزيف ، لم تستطع الصحف الغربية مواصلة التدليس . وحتى لا تفقد مصداقيتها تمامًا سارعت إلى الاعتراف بالزيف الذى روجت له دون أن تقصد ذلك ، وكأنها لم تكن تعلم شيئًا عن حقيقة هذا المانيفستو!! فقد قالت مجلة «السياسة البرلمانية» إن المانيفستو يمكن أن يطبخه أى صحفى ناشئ . وقالت صحيفة «زيوريخ تاج انزيجر» أنه لابد من قراءته بحرص ويقظة . ولاحظت صحيفة «فرانكفورتر ألجمانيه تسايتونج» أن الموضوع برمته مشوب بالاضطراب . كذلك فإن محطات الراديو والتليفزيون وصفته بأنه محض خيال لا أساس له من الواقع ، مثل محطة راديو «دويتشلاند شانك» التى قالت إن صحته ليست فوق مستوى الشبهات .

وقد أدلى هانز وتليف بيكر باعتراف مبدئى قائلاً إن مؤلفى المانيفستو لم يكونوا مسئولين متفرغين كما قيل من قبل ولكنهم كانوا متطوعين هواة للعمل فى الحزب . ثم أكمل اعترافه فى ٩ يناير ١٩٧٨ محاولاً أن يثبت أنه هو نفسه لم يكن عميلاً للجهاز السرى لوكالة الأنباء التى كانت تعمل فى شبكة هتلر الجاسوسية . وفى الوقت نفسه اعترف بأنه كان يعرف جيدًا جهلن رئيس وكالة الأنباء الألمانية ، وأنه عمل فى هيئة القيادة العامة للفيرماخت فى قسم التشويش الإذاعى ، وأنه كان

يحدد أجهزة الإرسال الجاسوسية ، ويحافظ على الاتصالات اللاسلكية بين مراكز التنسيق فى دول الأعداء وعملاء الرايخ . كما اعترف بيكر بالأساليب التى استخدمت فى تدمير منظمة روث كابل المقاومة للفاشية والنازية .

وقال إيريك بوهم رئيس تحرير مجلة «دير شبيجل» إن مؤلفى هذا المانيفستو كانوا مجرد مجموعة عابرة من معارضى الاتحاد الاشتراكى الألمانى . لكن الرأى العام عرف من بوهم أن عنوان المانيفستو : «انقسام فى حزب الاتحاد الاشتراكى الألمانى» كان من اختراع «دير شبيجل» . وقد ثبت أن هذا الاستفزاز الذى قام به جهاز مخابرات ألمانيا الغربية وبوقه المباشر «دير شبيجل» كان يهدف إلى نسف سياسة الانفراج وتطبيع العلاقات بين الدول ذات النظم الاجتماعية المختلفة ، ومن ضمنها العلاقات بين جمهورية ألمانيا الشرقية وألمانيا الغربية .

ومن الواضح أن حملات الاستفزاز والكذب والاختلاق والخداع والتلاعب بالعقل وغسل المخ ، قد تواصلت بل وتصاعدت من خلال الخطط والتطبيقات المنسقة لمراكز وهيئات الخبراء الإعلاميين والصحفيين ، والأقسام الخاصة فى وكالات المخابرات ، ومعاهد الأبحاث وقياس الرأى العام ، وغير ذلك من المنظمات العلنية والسرية ، بالإضافة طبعًا إلى محطات الإذاعة ، والشبكات الفضائية فيما بعد ، والمؤسسات الصحفية التى لا تسأم من التغنى ليل نهار بالحرية والديمقراطية وغير ذلك من الشعارات التى لا وجود لها على أرض الواقع . ولم تترك هذه الحملات المحمومة فرصة لأحد كى يفكر بنفسه لنفسه ، سواء أكان مواطنًا عاديًا أم مسئولاً كبيرًا فى أحد المواقع . واستطاعت الصحف الخاضعة لوكالة المخابرات الأمريكية ، والصحف الرأسمالية الكبرى المتواطئة معها حشو العقول بالأكاذيب والأوهام والتوجهات المباشرة وغير المباشرة بعد تقطيرها من مجمل المادة المعلوماتية والخبرية الواردة إليها ، ثم تكثيفها وبلورتها على شكل حقائق تم اكتشافها أخيرًا ،

ولابد من توظيفها كأسلحة جديدة تناسب معطيات المرحلة التالية من المواجهة المصيرية مع العدو السوفييتى .

وحدث أن العدو السوفييتى سقط من تلقاء نفسه ومعه كل من داروا فى فلكه من دول المعسكر الشرقى ، بانفراط عقد حلف وارسو الذى أصبح أثرًا بعد عين . وجلجل الصوت الأمريكى لصم آذان العالم الذى دخل عصر القطبية الأحادية الأمريكية . لكن نشوة النصر الأمريكى لم تطغ على القلق الدفين من غياب العدو التقليدى الذى تؤدى مواجهته إلى تكتل العالم الغربى ضده ، والخوف من انفراط عقد المعسكر الغربى كما حدث للمعسكر الشرقى . وكان لابد من البحث عن عدو جديد ، أو اكتشافه ، أو اختلاقه حتى تعود الأمور إلى سيرتها الأولى المعتادة ، وتستقر من خلال توازن - وإن كان وهميًا إلى حد كبير - بين القطب الأوحد ممثلاً فى الولايات المتحدة والقطب المواجه الجارى البحث عنه .

من هنا كان توقيت أحداث الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١ من الألغاز التى أثارت التساؤلات الذاهلة ، والشكوك المحيرة ، والأسئلة الباحثة عن إجابات تبدو مع الأيام مستحيلة ، برغم كل ما قيل وكتب من تفسيرات وتعليقات ومحاولات مستميتة لمعرفة أسباب ما جرى أو تخمين أية لمحات منه بقدر الإمكان . ويبدو أن هناك من يعرفون الأسباب الحقيقية لهذه الأحداث المذهلة ، لكنه يخفيها لغرض فى نفس يعقوب . ويمكن أن تتكشف هذه الأسرار فى سنوات قادمة ، أو لا تتكشف على الإطلاق كما حدث فى اغتيال الرئيس الأمريكى جون كيندى وقبله إبراهام لنكولن . فكم من حقائق ضاعت وطواها التاريخ بعد أن عجز المعنيون بالأمر عن الإمساك بتلابيبها أو بلوغ أغوارها السحيقة المظلمة .

لكن المهم بالنسبة لصحافة الحقائق الضائعة التى صالت وجالت فى زمن الحرب العالمية الثانية ثم الحرب الباردة ، أنها وجدت ضالتها فى أحداث الحادى

عشر من سبتمبر ، خاصة أنها فاقت كل خيال وتصور . فمن كان يعقل أن يضرب برجا مركز التجارة العالمى فى نيويورك بطائرتى ركاب ، فإذ بهما كوم تراب مرعب كالكابوس ، والعالم بأسره يتابع الحدث المذهل لحظة بلحظة على شاشات التليفزيون ؟! ومن كان يصدق أن تخترق طائرة ركاب أخرى الحرم الجوى للبنتاجون وتضرب قلبه ، فيتحول المبنى الرئيسى والعقل المدبر له إلى كوم تراب هو أيضًا ؟! ومن كان يتخيل أن تنطلق طائرة ركاب رابعة لاعتراض طائرة الرئيس جورج دبليو بوش وضربها وهى عائدة من تكساس إلى البيت الأبيض ؟! وكان يمكن أن تحقق هدفها لولا إسقاطها فوق ولاية بنسلفانيا !! هذه الحقائق والمشاهد الكابوسية تمت فى قارعة النهار عندما كان الأمريكيون متوجهين إلى أعمالهم !!

إن أكثر الصحف الصفراء تطرفًا فى الخيال والإيهام والاختلاق والتزييف، لم يكن بإمكانها أن تتصور ما جرى ، مجرد تصور !! أى أن الحياة نفسها يمكن أن تكون أشد إصفرارًا فى شطحاتها ، من خيال أية صحيفة صفراء جامحة ورخيصة ! ومن هنا وجدت كل من الصحف الصفراء والصحف المحافظة منجمًا من المواد الصحفية ، يمكن أن يجعل القارئ يجوس فى دهاليز مغارة أشد سحرًا من مغارة على بابا . فالصحف الصفراء لم تعد فى حاجة إلى إعمال الخيال ، وإتقان الاختلاق ، وإثارة القراء والتلاعب بمشاعرهم ، وإبهارهم بأحداث لم تخطر ببالهم ، إذ إن ما جرى لا يحتاج منها إلا لبعض «الرتوش» وبالإضافات والخيالات المستوحاة منه بحيث تبدو وكأنها تنشر ما لم يعرفه أحد عن الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١ . أما الصحافة المحافظة فقد وجدت ضالتها هى الأخرى فى التيار الرسمى الذى هرع ليعلن على الملأ أنه وجد عدوه الجديد وهو الإرهاب الذى أعلن عليه الحرب صريحة مدوية . إنها حرب ساخنة هذه المرة ، تعتمد على الأساطيل والقواعد والطائرات والدبابات والمدافع والصواريخ أساسًا ، ثم تأتى

الحرب الإعلامية والنفسية لترسيخ ما يقوله السلاح . وهى الحرب التى تكفلت بها الصحف المحافظة أو القومية لتكون بمثابة الكتيبة السادسة بعد كتيبة البنتاجون والبيت الأبيض ووكالة المخابرات المركزية ووزارة الخارجية ومكتب المباحث الفيدرالى .

عزفت الصحف المحافظة نغمة واحدة فى الحرب الأمريكية ضد الإرهاب فى أفغانستان ، ثم صدرت بعض الأصوات النشاز عندما بدأ غزو العراق ، لكنها لم تكن ذات تأثير فى مجريات الأحداث . فقد تختلف أساليب التعامل مع العدو الجديد ، لكنه يظل عدوًا واحدًا محددًا ، أى أنه من الطبيعى أن تختلف الوسائل لكن الغاية تظل واحدة . ولذلك تم غزو العراق واحتلاله برغم كل الأصوات المعارضة والمظاهرات الصاخبة والمقالات التى تحذر من مغبة هذه الخطوة الخطيرة فى زمن انتهى فيه الغزو العسكرى التقليدى ، خاصة بالقوات البرية . وسرعان ما اختلط الحابل بالنابل نتيجة للفسيفساء القبلية والمذهبية والعشائرية والعرقية التى تفرض نفسها على التركيبة السكانية والديموجرافية والإثنية للشعب العراقى ، والتى فجرت كل المتناقضات والصراعات التى كانت مكبوتة فى مرجل البخار الذى حرص صدام حسين على كبته والتحكم فيه بالقهر والظلم والبطش والإرهاب طوال سنوات حكمه .

وسط هذه الفوضى العارمة ، كان من الطبيعى أن تتوه الحقائق وتضيع وسط تقلبات متفاقمة ، ومواقف متميعة ، وقرارات متخبطة ، وانتكاسات متوالية ، وأكاذيب لا حصر لها . ولذلك عجزت الصحف العريقة الجادة عن الإمساك بأية خطوط يمكن أن تبلغ بها أية حقائق ، فاقتصرت على تقييم وتحليل ما يحدث بالفعل ، وبالتالى فقدت زمام المبادرة ، وأصبح السبق الصحفى حلمًا عزيز المنال ، أو نادت ببعض النصائح والإرشادات والتوجيهات التى قد تساعد على الخروج من

هذه الورطة . أما الصحف الحريصة على الرواج التجارى سواء فى نسبة توزيعها أو إعلاناتها ، فلم تجد مناصًا من أن تتبع أساليب الصحافة الصفراء فى نسج القصص الخبرية المثيرة حول الإرهاب كعدو جديد مرعب جاثم على أنفاس الحضارة الغربية يريد أن يزهقها . وكان من الطبيعى أن تأخذ المبالغات زمام المبادرة ، ويسود الخيال على الحقيقة ، ويطغى الوهم على الواقع ، وتسحب الإثارة البساط من تحت أقدام العقلانية ، ويتراجع المنطق إلى الظل أو الظلام ، وكأن الصحف دخلت عصر صحافة الحقائق الضائعة ، ولم تعد الصحافة الصفراء وحدها فى الميدان .

الفصل الثامن

بصمات الريادة الصحفية

سجل تاريخ الصحافة الدولية بصمات ريادية غائرة للصحافة الصفراء ، ليس فقط على بنيتها الفكرية والفنية المميزة لها ، بل على مضمون الصحف الجادة العريقة وشكلها الفنى أيضًا . فعلى الرغم من سلبياتها وإيجابياتها ، رذائلها وفضائلها ، فقد استطاعت الصحافة الصفراء أن تمارس تأثيرًا عميقًا ومتجددًا على الصحافة الأمريكية منذ مطلع القرن العشرين برغم أن ميلادها كان فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر . ونظرًا للتأثير العالمى الذى تمارسه الصحافة الأمريكية على معظم صحف المعمورة ، شرقًا وغربًا ، شمالاً وجنوبًا ، فقد انتشرت معها بصمات الريادة الصحفية للصحافة الصفراء ، بحيث لم تعد ظاهرة أمريكية محلية فحسب ، بل أصبحت ظاهرة عالمية برغم اختلاف توجهاتها وتياراتها من بلد لآخر ، ومن جيل لآخر ، طبقًا لاختلاف المعطيات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والثقافية والحضارية . ذلك أن أساليبها التحريرية والإخراجية تكاد تكون من الثوابت بل ومن البدهيات التى يتبعها العاملون فى حقلها دون أى تفكير فى الخروج عليها ، بل يسعى معظمهم إلى تطويرها وترسيخها لكى تمارس تأثيرات أعمق وأشمل فى نفوس قرائها .

لم تلق مدرسة صحفية هجومًا عاتيًا ومتجددًا مثل ذلك الذى واجهته الصحافة الصفراء ، ومع ذلك فإن الخصائص التى ميزتها ، وأكسبتها جاذبية لا يمكن تجاهلها عند القراء ، سرعان ما تبنتها الصحف التى توصف بأنها جادة وعريقة ، طمعًا فى تحقيق هذه الجاذبية سواء فى نسبة التوزيع أو كم الإعلانات الوارد إليها . فقد رسخت الصحافة الصفراء أقدامها منذ البداية بأساليبها المستحدثة فى الطباعة

والاخراج ، والتى تأسر عين القارئ بسهولة ، وغزارة رسومها التوضيحية والكاريكاتيرية والسردية ، وطرقها الهجومية فى التقاط الأخبار وجمعها ، بل تصل فى إيجابياتها إلى درجة الاشتراك فى صنع الأحداث وحل ألغاز المؤامرات والجرائم. وكان الإخراج الصحفى الملون من أهم بصمات الريادة الصحفية الصفراء ، لدرجة أنه أطاح بالعناوين الرئيسية التى تميزت بالرصانة والرزانة والوقار فى صحف جادة مثل «نيويورك تايمز» ، و«واشنطن بوست» ، والتى حملت على الصحف الصفراء حملات شعواء لم توقف زحفها ، لدرجة أن جوزيف كامبل فى كتابه «الصحافة الصفراء : كشف الأساطير وتحديد الموروثات» الصادر عام ٢٠٠٣ ، قال إن الصحف الأمريكية الجادة فى مطلع القرن الحادى والعشرين أصبحت بمثابة نوع مهجن أو مستأنس أو متحفظ من الصحافة الصفراء .

ويبدو أن عناصر الجموح والمبالغة والمبادرة المحمومة لدرجة الهجوم بعد فترة قصيرة من التربص ، والتى ميزت فكر وسلوك رائد الصحافة الصفراء وليم راندولف هيرست ، هى التى جمعت الصحف الأخرى فى تكتلات أرادت بها إطفاء شرارتها بتحقيرها والإقلال من شأنها ومستواها ، ووصمها بالتدنى والتفاهة والسطحية والترخص لمجرد جلب القراء والمعلنين . كما يبدو أن المعركة اشتد أوارها نتيجة لعدم استعداد هيرست للتفاهم أو المهادنة ، إذ تميز سلوكه بالتكبر ، والتجبر ، والغرور ، والغطرسة ، وطموحات تزدرى بكل ما فعلته الصحافة التقليدية من قبل . كذلك فإن ثروته الضخمة التى ورثها عن أبيه ، والتى ضاعفها بعمله الصحفى الرائج من خلال جريدته «نيويورك جورنال» منحته من العجرفة ما ضاعف عدد خصومه وأعدائه . وكان من الطبيعى أن ينصب الهجوم عليه هو شخصيًا وعلى جريدته بطبيعتة الحال ، ثم على الصحافة الصفراء بصفة عامة . وفى معارك من هذا النوع ، تندثر الموضوعية تمامًا ، لتحل محلها محاولات القذف والتشهير وكشف الفضائح أو حتى اختلاقها ، إذ يصبح الهدف الاستراتيجى منحصرًا فى النيل من الخصم بأية

وسيلة مشروعة أو غير ذلك . ومن هنا كانت الأوحال التى لطخت الصحف الصفراء نتيجة لصراعها المحتدم وشبه الدائم مع الصحف التقليدية ، والتى شوهت صورتها فى نظر الكثيرين من القراء الذين يميلون إلى الأساليب الرصينة والوقورة والرزينة ، والتى لم تكن تستحقها إلى حد كبير .

وبرغم الحروب العاتية التى خاضتها الصحافة الصفراء ، فإن المد الجارف الذى أحدثته فى المحيط الصحفى ، لم ينحسر بل ازداد قوة دفع وانتشار جعل منها حقيقة من حقائق العصر . فقد كانت الكايرزما التى يتمتع بها هيرست قد جعلت من صحيفته «نيويورك جورنال» رأس حربة موجهة إلى قلب أكثر الصحف الأمريكية جدية وعراقة مثل «نيويورك تايمز» و «واشنطن بوست» وغيرهما ، بجرأة لا تعرف لنفسها حدودًا ، لدرجة أن المحللين والمؤرخين وصفوا وصول هيرست إلى مدينة نيويورك لإنشاء صحيفته أو شرائها من صاحبها القديم الذى رحب ببيعها لأنها كانت على وشك أن تفلس وتغلق أبوابها ، وصفوا وصوله بالزلزال الذى هز قواعد صحف نيويورك بشدة ، ثم انتشرت توابعه إلى مدينة بوسطن ، وشيكاغو ، ودنفر ، وسان فرانسيسكو وغيرها من المدن التى تبنت صحفها أساليب الصحافة الصفراء الزاخرة بعناصر الإثارة والجذب للقراء من مختلف القطاعات ، لدرجة أنه بنهاية العقد الأول من القرن العشرين كانت هناك قاعدة عريضة لقراء الصحافة التى وصفت بأنها «الصحافة الجديدة» فى ذلك الوقت ، إذ إن مصطلح «الصحافة الصفراء» كان يطلق على سبيل المجاز أو السخرية والتقليل من شأنها إذا كانت النظرة عدائية أو حاقدة .

ومن الواضح أن الصحف التقليدية القديمة لم تكن بنفس الإيقاع السريع بل واللاهث التى تميزت به الصحافة الصفراء التى تقدمت فى مجال السبق الصحفى خطوات واسعة . كان المخبرون الصحفيون يلهثون وراء الأحداث بمجرد وقوعها ، بل وكان بعضهم يشارك فى صنع هذه الاحداث إذا لم تكن قد اكتملت بعد ، وهو ما

أدى إلى ارتباط الصحافة الصفراء بمصطلح «صحافة الفعل» بدلاً من «صحافة القول» التى أصبحت السمة المميزة للصحافة التقليدية منذ أن عرفها الإنسان . كذلك فإن الصحافة الصفراء اكتسبت شعبيتها الجارفة من فضحها للرشاوى والعمولات والدعاوى الكاذبة التى يمارسها المسئولون فى المناصب الرسمية ، خاصة الذين يعملون فى المجالس الإقليمية والمحلية والبلدية من أصحاب المشروعات والمصانع الذين يستغلون مناصبهم فى ترويج سلعها ومنتجاتها . ومن المفارقات العجيبة أن الصحف الصفراء اتهمت دائمًا بممارسة الكذب والتلفيق والخداع ، ومع ذلك فقد أغرمت هى نفسها بفضح أكاذيب المسئولين الذين يحاولون بها تغطية أهدافهم الانتهازية . ولذلك شعر القراء العاديون بأنها تحمى مصالحهم وأموالهم ، بصفتهم دافعين للضرائب ، من كل الاستغلاليين والانتهازيين الذين يرتكبون جرائمهم فى الخفاء .

ولم تكن هجمات الصحافة التقليدية على الصحافة الصفراء ، فى أحايين كثيرة ، بدافع من قلقها وخوفها من تسرب أساليبها الخادعة وألاعيبها الكاذبة إلى الصحف الوقورة والرزينة والرصينة ، بل نتيجة لعجزها عن مجاراتها فى حيويتها ، وحرصها دائمًا على الإمساك بزمام المبادرة ، وانفاقها بسخاء على سفريات وتنقلات مراسليها ومحرريها لجمع الأخبار بأسرع ما يمكن ، والخروج منها بسبق صحفى يحقق لها خطوات أوسع وأبعد فى مضمار سباقها مع الصحف التقليدية ، خاصة تلك التى عجزت عن تحقيق ما أنجزته الصحف الصفراء من رواج تجارى أسبغ عليها ازدهارًا اقتصاديًا مكنها من تحديث أدواتها وأجهزتها ، وتحفيز محرريها وصحفييها لكى يوظفوا إمكاناتهم ومواهبهم على أفضل وجه ممكن . وكان هذا من أهم أسباب كراهية الصحف التقليدية القديمة للصحف الصفراء الجديدة ، قدرتها الفائقة على الانفاق بلا حدود على جمع الأخبار ، وبالتالى استطاعت أن تجمع قراء الصحف التقليدية وتجذبهم إلى صفحاتها الشيقة والجذابة والمثيرة ، ونظرًا لأن المعلنين

لاتهمهم نوعية الصحيفة بقدر ما تسعدهم قدرتها على الرواج التجارى ، واختراقها أكبر عدد ممكن من قطاعات الجماهير ، فهم على استعداد دائم لنشر إعلاناتهم فيها حتى لو كانت بأسعار أعلى من الصحف التقليدية . ولذلك لم تكن الحرب التى دارت بين الصحف التقليدية والصحف الصفراء دفاعًا عن القيم والمثل الصحفية الرفيعة أو هجومًا عليها ، بل كانت حربًا تجارية واقتصادية أساسًا ، ذلك أن المجتمع الأمريكى فى جوهره هو مجتمع تجارى فخور بمبادئ السوق الحرة التى لا ترحم الخاسر أو المتعثر فى مضمار السباق المحموم ، حتى لو كان مدافعًا عن مثل عليا أو هكذا يدعى . ومن هنا كان نجاح الصحف الصفراء فى ترسيخ أقدامها فى الميدان الصحفى لأنها أدركت أن قواعد اللعبة الصحفية فى صالحها .

لم يستطع أشد خصوم الصحافة الصفراء عداوة لها ، إنكار روح الحماس والمبادرة والتجديد والابتكار والانطلاق والحيوية التى تميزت بها ، سواء فى التحرير أو الإخراج ، فحققت «خبطات» صحفية ، ونشرت تقارير ووثائق ومستندات لم تكن الصحافة القديمة قادرة على تحقيقها ، فبدت امرأة عجوز تتشدق بالقيم والمثل فى مواجهة فتاة جميلة متفجرة بالحياة والحيوية والانطلاق إلى آفاق لا يستطيع غيرها أن يبلغها . فمثلاً فى عام ١٨٩٦ ، أى عندما كانت تخطو خطواتها الأولى على الدرب الصحفى ، استطاعت صحيفة هيرست «نيويورك جورنال» أن تنشر وثيقة معاهدة التحكيم أو الفصل فى النزاع بين الولايات المتحدة وبريطانيا ، والتى لم تكن فى صالح الولايات المتحدة مما أدى إلى فسخها قبل التوقيع النهائى عليها . وتوالت «الخبطات» الصحفية التى بهرت القراء عندما وجدوا هذه الصحف الوليدة قادرة على القيام بما عجزت عنه كل قوى المعارضة السياسية .

كانت «نيويورك جورنال» رائدة فى تحديد معالم الطريق التى شقتها بعدها الصحف الجديدة المعروفة بالصفراء والتى اتهمت بأنها لمجرد التسلية وإزجاء وقت الفراغ . فقد استطاعت «نيويورك جورنال» أن تحارب الظواهر المختلفة للظلم الواقع

على كاهل المواطن الأمريكى العادى ، وأن تفضح الفساد الذى يمارسه المسئولون فى الخفاء ، والذى يتمثل فى قبول الرشاوى وإقامة العلاقات الجنسية فى مقابل تقديم الخدمات المطلوبة وغير ذلك من الممارسات المشبوهة التى كانت تهدف إلى جمع الثروة وممارسة المتعة بوسائل غير مشروعة . واستطاعت الصحف الجديدة أن تقدم للقضاء مسئولين تلاعبوا بقوت الشعب ومصلحة الوطن ، ومن أفلت منهم من العقاب نتيجة لألاعيب المحامين وحيلهم القانونية ، ضاع مستقبله السياسى ، وسدت الأبواب فى وجهه ، لأن الرأى العام الذى ولد مع الصحف الجديدة ، لا يعتمد على التفسير الحرفى للقانون ، بل يستلهم روح هذا القانون ثم يستشير حسه الجمعى ، وهو غالبًا ما يتفق مع المعطيات التى نشرتها الصحف التى تجد فى المنطق جسرًا متينًا يمكنها من بلوغ الأسباب من خلال استقراء النتائج التى ترتبت عليها.

وتمثلت بصمات الريادة التى مارستها الصحافة الصفراء ، سواء فى مجال التحرير أو الإخراج ، فى خصائص أو ملامح متبلورة فرضت نفسها على الصحافة العالمية وليست على الصحافة الأمريكية فحسب . فقد ابتكرت العناوين الرئيسية التى امتدت على رأس أكثر من عمود ، بل وبعرض الصفحة الأولى كله ، والتى انتشرت بسرعة فى مختلف الصحف . كذلك احتوت الصفحة الأولى على مجموعة أو تشكيلة متنوعة من الموضوعات أو الأخبار أو التعليقات التى تدور حول الشئون السياسية أو الحربية أو الدبلوماسية أو الرياضية أو الاجتماعية ، الداخلية منها أو الخارجية . أى أن الصفحة الأولى أصبحت بمثابة قائمة المحتويات التى تشير إلى الموضوعات المنشورة على الصفحات التالية ، مما يمكن القارئ من التقاطها دون أن يضطر إلى تقليب الصفحات الداخلية . وغالبًا ما تكون جذابة ولماحة بحيث تغريه على الشراء الفورى للصحيفة .

كما أنهت الصحافة الجديدة أو الصفراء أساليب الإخراج الصحفى الرتيب والممل الذى جعل من صفحات الجريدة مجرد أعمدة أو أنهار من الحروف المجموعة

والكلمات المرصوصة وكأنها سجلات أو قوائم أو منشورات . فقد أدرك الخيال الخصب والتصور المنطلق للقائمين على إعداد الصفحات ، أهمية الرسوم التوضيحية ، وجاذبية الصور الفوتوغرافية ، والنكات الكاريكاتيرية ، والخرائط الجغرافية ، وغير ذلك من الوسائل الكفيلة بتوسيع أفق القارئ وتعميق تصوره لمجريات الأمور ، من خلال تنويع شكل الصفحة ، فتزداد جاذبية ، وتنطبع بسهولة فى مخيلته . كما كانت الصحف الصفراء أول من نشر شرائط الرسوم المسلسلة التى تدور حول بطل يمكن أن يصبح شعبيًا إذا ما ارتبط به القراء من خلال تتبعهم لمغامراته . وكانت شخصية «الصبى الأصفر» أو «الفتى الأصفر» التى ابتكرها الرسام أوتكولت الذى بدأ بنشر رسومها المسلسلة فى صحيفة «نيويورك وورلد» التى كان جوزيف بولتيزر يصدرها وينافس بها هيرست الذى أغرى أوتكولت بالأجر الكبير فانتقل للعمل فى صحيفته «نيويورك جورنال»، مما أدى إلى معركة حامية الوطيس بينهما لدرجة أنها بلغت منصة القضاء ، بعد اشتعال المعركة الصحفية والمقالات والتعليقات النارية حول ملكية «الفتى الأصفر» الذى تسبب لونه فى إطلاق مصطلح «الصحافة الصفراء» .

وكانت الصفحة الأولى تعد الواجهة الحقيقية للصحيفة بحيث يجب أن تكون براقة وجذابة بقدر الإمكان . ولذلك جرت عليها تجارب وابتكارات متعددة ومتتابعة للوصول إلى أفضل أسلوب أو أساليب يمكن أن تكون مغناطيسية لعين القارئ وجيبه . وكانت التجارب جريئة لدرجة أن بعضها كان بمثابة صدمة للقارئ التقليدى ، لكن بمرور الوقت أصبحت هذه الصدمات بمثابة كلاسيكيات صحفية . وعندما كانت قضية الساعة ملحة وساخنة وربما ملتهبة ، كانت تغطى الصفحة الأولى بأكملها ، على أن تتخللها صور فوتوغرافية أو رسوم توضيحية أو خرائط جغرافية تساعد على سرعة الاستيعاب . كما كانت الصحف الصفراء أول من استخدم الألوان سواء فى العناوين الرئيسية أو الصور أو الرسوم أو الخرائط ... الخ . وكانت هذه الألوان بمثابة اختراع مذهل فى ذلك العصر، ضاعف من عدد القراء المبهورين به والإعلانات التى تقدم السلع والمنتجات بالألوان .

واستفادت الصحف الصفراء من مرونة بعض التقاليد الصحفية مثل حق المخبر الصحفى فى إخفاء اسم المصدر التى استقى منه أخباره . وإن كان قد زين لكثير من المخبرين والمراسلين استخدام خيالهم فى إضافة توابل غير حقيقية ، مما جعل الخصوم يتهمونها بالكذب والاختلاق والتلفيق والتزييف والخداع بهدف الرواج التجارى بأية وسيلة . لكن سرعان ما لجأت الصحف المحافظة أو التقليدية إلى اتباع هذا التقليد الذى أتاح لها الحصول على أخبار مهمة أو مثيرة عندما يتأكد المصدر أن شخصه سيظل سرًا ، وسرعان مازين لكثير من مخبريها ومراسليها أيضاً استخدام خيالهم للتظاهر بالقدرة على تحقيق السبق الصحفى . وبذلك تتساوى كل الصحف عندما تواجه نفس المواقف أو التقاليد أو المغريات .

واعتادت الصحف الصفراء توظيف خبرتها فى الدعاية والإعلان ، وفى الدعاية لنفسها أيضًا بحيث تبدو دائمًا متفوقة وسابقة للصحف التقليدية بخطوات أو مراحل واسعة . فقد درجت على التباهى بكل سبق تحرزه ، ولفت النظر باستمرار إلى إنجازات بل وانتصارات الصحيفة ، خاصة فى مجال الحملات الصحفية الجريئة والمحبوكة التى اكتسبت مصداقية عالية نتيجة لفضحها لمظاهر الفساد والاحتكار والتلاعب بقوت الشعب . لكن التركيز على هذه الدعاية المتباهية بالذات والتى تصل أحيانًا إلى حد النرجسية والتكبر ، أدى إلى الملل منها بل ورفضها ، على أساس أنه من الأفضل ترك الأعمال المادية الملموسة تتكلم لأنها أكثر إقناعًا ومصداقية من الأقوال المباشرة . فالبشر بطبيعتهم لا يميلون إلى المغرم بمدح نفسه ، وإنما الذكى هو الذى يمدحه الآخرون دون أن يدعوهم أو يلمح لهم بذلك .

هنا يطرح سؤال نفسه بإلحاح : فإذا كان من المستحيل تجاهل بصمات هذه الريادة التى تركتها الصحافة الصفراء على منظومة الصحافة الأمريكية بصفة خاصة بل والعالمية بصفة عامة ، فما السر فى الهجمات الشرسة والعاتية التى عانت منها ، مهما كانت سلبياتها وثغراتها وأخطاؤها ونقاط ضعفها ؟! خاصة أنه من المستحيل

وجود الصحيفة التى يمكن أن يقال عنها إنها النموذج الأمثل التى يجب أن يحتذى ! فليست هناك صحافة خالية من السلبيات والأخطاء ؟!

والإجابة عن هذا السؤال الوعر ، تحتم فتح الملف بأكمله لرصد هذه السلبيات ومعها سؤال آخر : هل كانت تستحق كل هذا الهجوم ؟ وبهذه الحدة والشراسة ؟ وهى التى ملكت من أسباب الريادة ما جعل الصحف المهاجمة تسير على نهجه بل وتعتنقه كأنه من ابتكارها ؟ بل إن بعضها لجأ أيضًا إلى الإثارة والاختلاق والتلفيق بل والكذب الصريح بنفس أسلوب الصحافة الصفراء كى تستعيد القراء الذين أفلتوا من يديها ليصبحوا من جمهور الصحف الجديدة !

إن هجمات الصحف التقليدية على الصحف المسماة بالصفراء ، والتى استمرت منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر وحتى الآن فى مطلع القرن الحادى والعشرين ، كانت أساسًا بدافع حقدها على نجاحها الكاسح فى مجال التوزيع والإعلانات ، بحيث سلحها رواجها التجارى بقاعدة اقتصادية راسخة لم تتح لمعظم الصحف التقليدية . فكانت هجماتها الضارية نوعًا من الدفاع عن نفسها، ساعدها على ذلك الأخطاء الفعلية التى ارتكبتها الصحف الصفراء فى حق نفسها، وفى مقدمتها الصراعات المحمومة التى دارت فيما بينها ، فعجزت عن الوقوف فى مواجهة الصحف التقليدية المتكتلة ضدها ، وتجنب الطعنات التى استهدفتها من كل جانب . ولولا نجاحها الاقتصادى ورواجها التجارى ، لكانت قد اندثرت منذ زمن بعيد ، ذلك أن كل صحيفة صفراء كانت تحارب على جبهتين فى وقت واحد: جبهة ضد الصحف الصفراء المنافسة لها والتى تسعى للقضاء عليها كى تخلو لها الساحة ، وجبهة ضد الصحف التقليدية التى تهدف أيضًا للقضاء عليها حتى تتخلص من منافستها المحمومة التى لا تعرف لنفسها حدودًا . ويكفى أن تاريخ الصحافة سجل فى صفحاته أن الصحافة الصفراء تولدت من صراع صحيفة هيرست «نيويورك جورنال» مع صحيفة بوليتزر «نيويورك وورلد» حول اختطاف

الأولى لشخصية «الفتى الأصفر» كبطل لرسوم الشرائط المسلسلة من الصحيفة الثانية . وبعد ذلك أصبحت المنافسة المحمومة فيما بين الصحف الصفراء تقليدًا راسخًا أصابها بثغرات ضعف تسللت منها الصحف التقليدية لطعنها والقضاء عليها. وإذا كانت قد عجزت عن تحقيق هذا الهدف ، فهى استطاعت ، على الأقل، تشويه صورتها فى نظر القراء التقليديين ، بل إنها صعدت من حربها ضدها لدرجة تنظيم حملة صحفية تطالب بمصادرة كل من «نيويورك جورنال» و «نيويورك وورلد» فى بلد يفخر بحرصه على حرية الرأى والتعبير والممارسة الديمقراطية بكل أشكالها.

وكان رواد الصحافة الصفراء من أمثال وليم راندولف هيرست ، وجوزيف بوليتزر ، ومعهما فردريك ج بونفيلز ، وهارى هـ . تانيم صاحبى الصحيفة الاقليمية «دنفر بوست» من الجرأة واللامبالاة العجيبة فى مواجهة الهجمات والألفاظ الجارحة التى كانت تنصب عليهم ، لدرجة أن سلوكهم ، فى أحايين كثيرة ، كان يبدو وكأنه استفزاز للصحف التقليدية كى تنهال عليهم بالمزيد من التحقير واللوم والاستهزاء والتوبيخ ، مما قد يمكن تفسيره برغبتهم فى جلب المزيد من الصراع المثير للقارئ . كانت رغبتهم فى الجدل والمحاجاة المتجددة لا تعرف لنفسها حدودًا ، فهى بمثابة الوقود الذى يجعل صحفهم ساخنة وجاهزة للالتهام وليست مثل الصحف التقليدية الباردة التى يمكن أن تصيب قراءها بعسر هضم . وكان هيرست نفسه قد وصف الصحافة الصفراء فى ١٣ سبتمبر ١٩٠٢ بأنها «الصحافة الباحثة عن الحقيقة بأى ثمن والتى تميزت بشخصية عدوانية حتى لا تقع فى براثن السلبية» . ولم يكن تحديد أو تعريف مصطلح أو مفهوم «الصحافة الصفراء» يمثل مشكلة للعاملين فيها ، إذ يقول آرثر بريزبين ، أحد كبار محررى مؤسسة هيرست فى ٢٠ يناير ١٩١٧ فى صحيفة «المحرر والناشر» : «إن أى عنصر أو شىء يتميز بالجدة والنجاح فى الصحافة بصفة عامة هو فى حقيقته صحافة صفراء ، ولا يهم ماذا يمكن أن تسميه أنت أو أنا» . وخاصة أن خصومها لم يكن هدفهم البحث عن تعريف محدد لها ، بل تمثل فى الحط من قدرها بقدر الإمكان .

ولعل الهجوم الذى قوبلت به الصحافة الصفراء دليل دامغ على ريادتها التى فتحت الأبواب والنوافذ ، فتدفقت منها الرياح المنعشة التى جددت الهواء الراكد المحبوس فى قاعات وأروقة الصحافة التقليدية التى تفرغت للقضاء عليها بأسرع ما يمكن ، بدلاً من أن تجدد أساليبها وأدواتها التى تجاوزها الزمن . ففى ٢٨ مارس ١٨٩٧ نشرت صحيفة «نيويورك برس» مقالاً افتتاحيًا ، طالبت فيه بصراحة مقاطعة صحيفتى «نيويورك جورنال» و «نيويورك وورلد» ، وإن كانت قد تنبأت بمنتهى الثقة بأن الصحافة الصفراء سوف تتلاشى من تلقاء نفسها من على حوامل باعة الصحف ، غير مأسوف عليها ، «بعد كل الشرور التى ارتكبتها ، وفى مقدمتها إفساد الشباب وتحريض الكبار على المجون ، ورفع لواء الرذيلة والخلاعة ، وتحدى الاحترام والوقار» . ولم يحدث أن تلاشت الصحافة الصفراء بالسرعة التى تنبأ بها خصومها ، بل إنها رسخت كمدرسة صحفية فرضت نفسها على الساحة فى حين ذهب خصومها إلى زوايا النسيان .

أمنت الصحافة الصفراء بأنه لاحياء فى العلم أو المعرفة ، خاصة فيما يتصل بالجانب المظلم والخفى من المجتمع . فالقراء ليسوا فى حاجة إلى تقديم صور براقة لتغطية الجانب المشرق منه والذى يبدو واضحًا لكل ذى عينين . ولذلك فإنه لاجناح على الصحف الصفراء إذا أفسحت صفحاتها لأخبار الجريمة والرذيلة . صحيح أنها تحمل فى طياتها عناصر الإثارة والتشويق ، لكنها ليست من ابتكارها أو اختلاقها كما يتهمونها ، بل هى بضاعة المجتمع المعاصر وقد ردت إليه ، ولكن تحت أضواء فاحصة بل وفاضحة ليرى الجانب المظلم منه على حقيقته ، لعله يهرع إلى التخلص من سلبياته . وكان المدير الإدارى لإحدى صحف هيرست «سان فرانسيسكو اكزامينر» ، ويدعى ت . ت . وليامز ، قد أصدر كتابًا عام ١٨٩٧ بعنوان «الصحافة الأمريكية من المنظور العملى» ، أوضح فيه «أن الفارق الأساسى بين أكثر الصحف احترامًا ووقارًا فى هذا البلد ، وبين صحف الإثارة ، أن الأولى لا تتعرض

للهجوم والنقد اللاذع لأنها تعالج المضامين والموضوعات بتحفظ شديد يجعل أسلوبها تقريريًا ومحايدًا بل وباردًا ، فى حين أن الثانية تعالج نفس المضامين والموضوعات ولكن من زوايا تنطوى على دلالات عميقة ، وتحت أضواء لا تخجل من كشف العورات ، وبالتالى فإنها تُتهم بأنها هى التى صنعت هذه العورات لتفسد أخلاق القراء ، وكأنها أتت من مجتمع آخر» .

ويبدو أن الصحافة الصفراء ستظل مستعصية على التعريف الجامع المانع الذى يمكن أن يسكنها فى «خانة» محددة ، نظرًا لحيويتها المتدفقة وقدرتها الفائقة على المراوغة والمرونة فى مواجهة خصومها الذين اضطر بعضهم إلى شجب سلبياتها وفى الوقت نفسه الاعتراف بإيجابياتها . ففى عام ١٩٦٢ أصدر مؤرخ الصحافة الأمريكية فرانك لوثر موت كتابه «الصحافة الأمريكية : تاريخ : ١٦٩٠ - ١٩٦٠» الذى ظهر فيه تناقض واضح فى تقييم الدور الريادى الذى لعبته الصحافة الصفراء . فقد اتهمها باستخدام عناوين رئيسية «تكاد تصرخ بالإثارة ، وغالبًا ما تدور حول أخبار غير مهمة لدرجة ملحوظة ، وإسراف بلا داع فى نشر الصور التى يبدو الكثير منها بلا معنى أو دلالة ، واللجوء إلى أنواع متعددة من الخداع والتزييف والاختلاق ، بما فيها المقابلات والقصص الملفقة» .

هذه هى السلبيات التى تعتور الصحافة الصفراء فى نظر فرانك لوثر موت ، وهى سلبيات لا تنجو منها الصحف الجادة والعريقة لأن الذين يعملون فيها ليسوا ملائكة ، وإنما بشر مثل الذين يعملون فى الصحافة الصفراء . لكن موت يتحلى بالموضوعية ولا ينكر ريادة الصحافة الصفراء فى تطوير كل من الشكل والمضمون ، مثل نشر رسوم الشرائط المسلسلة بالألوان ، واصدار ملحق للصحيفة كل يوم أحد ، يحتوى على كل مايهم القارئ من موضوعات وتحقيقات ومقالات ونصائح وقصص بحيث يجمع بين التسلية والتعليم لشغل فراغ يوم العطلة الأسبوعية فى زمن لم تكن هناك سينما أو راديو أو تليفزيون .

كما نوه فرانك لوثر موت بمساندة الصحافة الصفراء للفقراء والكادحين والمهمشين الذين لا صوت لهم فى مجتمع رأسمالى تجارى لا يضع الضعفاء ضمن حساباته الاقتصادية والاجتماعية . وقد شنت حملات صحفية منظمة ضد الانتهاكات التى تعانى هذه القطاعات منها بصورة شبه منتظمة ، خاصة الأقليات التى ليس لها وزن اقتصادى مؤثر . لكن موت كرأسمالى متعصب للجذور العنصرية التى ترسخت منذ البداية فى الأرض الأمريكية ، وقضت على مجتمع الهنود الحمر ، وأذلت أعناق السود بصفة خاصة والملونين بصفة عامة ، غير متعاطف مع الصحافة الصفراء التى يعتبرها فى النهاية كيانًا دخيلاً وغريبًا على الصحافة كما يجب أن تكون . ولذلك فإن معاييره غير موضوعية تمامًا عندما يتناول أساليبها فى مجال جمع الأخبار والتقاط المعلومات وتقديمها بأسرع ما يمكن إلى القراء ، لدرجة أن محرريها ومراسليها مارسوا عمليات التحريات البوليسية بما تنطوى عليه من مخاطر شخصية بالنسبة لهم ، خاصة عندما يقومون بعمليات التخفى فى شخصيات تمكنهم من اختراق قلب الأحداث دون عقبات أو حواجز طالما أن أحدًا لم يكشفهم على حقيقتهم .

ويظلم الصحافة الصفراء كل من يقيمها وهو يتجاهل الإطار الزمنى الذى نشأت فيه ، وطبيعة المجتمع الأمريكى التى تعشق الإيقاع السريع بل واللاهث ، والجسارة والجرأة والإقدام ، ولا مانع من اللجوء إلى العنف سواء فى العلاقات الشخصية أو الاجتماعية . فمثلاً نشرت صحيفة «السلطة الرابعة» – والمقصود بها الصحافة – فى ١٢ أكتوبر ١٨٩٩، مقالاً بعنوان «المحررون يطلقون الرصاص على بعضهم بعضًا» أوردت فيه أن اثنين من المحررين فى صحيفتين متنافستين فى ولاية نيو أورلينز ، تبادلا إطلاق النار ، وأصيب كل منهما بجروح بالغة ، فى نزاع بينهما نتج عن نشر كاريكاتير يصور أحدهما ككلب مربوط بسلسلة من عنقه . وفى ١٣ يناير ١٩٠٠ نشرت صحيفة «دنفر ايفننج بوست» تحقيقًا صحفيًا بعنوان «قاتل يزور صحيفة

بوست» أوضحت فيه أن لعبة إطلاق النار على المحررين مارسها القراء أيضًا . فقد اقتحم محام مكتب كل من فردريك ج . بونفيلز وهارى هـ . تانيم صاحبى ومحررى الصحيفة ، محاولاً قتلهما لكنه أصابهما بجروح شفيا منها بعد ذلك . وفى ٢٠ يونيو ١٩٠٣ نشرت صحيفة «السلطة الرابعة» خبرًا عن محررين تبادلا اللكمات بعد أن لم يكتفيا بتبادل السباب والشتائم فى مدينة كلينتون ، وذلك نتيجة للتنافس المحموم بينهما . وكانت المشاجرة أمام جمهور كبير لم يضعاه فى اعتبارهما .

ومن الواضح أن هذا الجموح أو العنف كان نتيجة للحرب الهوجاء التى اشتعلت أوارها بين صحيفة هيرست «نيويورك جورنال» وصحيفة بوليتزر «نيويورك وورلد» ، وهى الحرب التى خرجت الصحافة الصفراء من شرنقتها بكل ما انطوت عليه من سلبيات وإيجابيات ، تحولت مع الأيام إلى ما يشبه التقاليد الراسخة التى سرعان ما تطفو على الحديث عند مجرد ذكر الصحافة الصفراء التى ظلمت كثيرًا بسبب هذا التشويه أو التشويش الذى جعل من أخطائها خطايا ، فى حين أنه من السهل رصد ارتكاب الصحف الشهيرة بالعريقة أو الجادة أو المحافظة لمثل هذه الأخطاء دون أن تثير الدوى أو الصخب الذى يحقر أو يحط من قدر الصحف الصفراء . فمثلاً وقعت معركة مشابهة لتلك التى جرت بين «نيويورك جورنال» و «نيويورك وورلد» بنفس القسوة والحدة والدوى بين صحيفتين عريقتين وجادتين ومحافظتين هما «واشنطن بوست» و «نيويورك تايمز» فى عام ١٨٩٩ . فقد هاجمت الأولى الثانية متهمة إياها «بأنها تدعى معلومات لا أساس لها من الصحة ، وأنها تلبس الأوهام ثوب الحقائق التى لا تقبل الجدل ، وكثيرًا ما يجرفها الحماس الأهوج فى محاولات ساذجة لإجبار القراء على أن يروا الأمور من وجهة نظرها التى لا تخلو من تزييف واضح ، أو منطق متهافت لا يصمد أمام أى تفكير أو تأمل متأن . فالعالم هو كما تراه «نيويورك تايمز» ولا يوجد عالم غيره» .

وتعددت المعارك من هذا النوع بين الصحف غير الصفراء دون أن تُتهم بأنها وصمة فى جبين الصحافة مثلما قيل مرارًا وتكرارًا عن الصحف الصفراء التى لم تهتم كثيرًا بمثل هذه الاتهامات والهجمات فى لهاثها المحموم وراء تحقيق «الخبطات الصحفية» بأى ثمن . فلم تكن الصحافة الصفراء جسمًا غريبًا استشرى فى المنظومة الصحفية الأمريكية فجأة وبدون مقدمات ، بل ترجع جذورها إلى البدايات المبكرة للصحافة الأمريكية فى مجتمع يعشق التنافس فى كل المجالات ، خاصة المجال التجارى الذى يُعتبر النجاح فيه مقياسًا للنجاح فى الحياة بصفة عامة . ولذلك فإن فرانك لوثر موت فى كتابه الموسوعى عن تاريخ الصحافة الأمريكية : «الصحافة الأمريكية : تاريخ : ١٦٩٠ - ١٩٦٠» الصادر فى عام ١٩٦٢ ، يرصد التيارات الفكرية والأسلوبية والتحريرية التى ميزت هذه الصحافة فيما يقترب من ثلاثة قرون ، ويوضح أنها لم تكن تخلو أبدًا من عناصر التشويق والإثارة والإصرار على التعامل مع انفعالات القراء وعواطفهم حتى يعتادوها ولا بأس من أن يصبحوا مدمنين لها ، لكن موت لم يحاول الربط بين هذه العناصر وبين الصحافة الصفراء التى اتخذت منها بنية أساسية لها ، برغم أنها احتوت على أساليب الاختلاق والكذب والتزييف والتلفيق والإدعاء والخداع التى كانت بمثابة الاتهامات الموجهة دائمًا إلى الصحف الصفراء التى لم تشتت جهودها كثيرًا فى الدفاع عن نفسها ودحضها بأية وسيلة ، لأنها آمنت بأن الهجوم هو خير وسيلة للدفاع ، خاصة إذا كان الهجوم بهدف تحقيق أهدافها فى الانتشار والرواج التجارى وليس لمجرد الرد على الخصوم الذين لا يمثلون قضية أساسية فى أولوياتها .

وكان السبق الريادى الذى أحرزته الصحافة الصفراء منذ ظهورها على الساحة ، نتيجة لعدم تقيدها بالأساليب التقليدية التى كبلت مسيرة الصحافة الأمريكية حوالى قرنين من الزمان . ساعدها على ذلك ، التطور التكنولوجى سواء فى وسائل الطباعة أو التوزيع ، وانتشار التعليم ، وبروز الطبقة المتوسطة التى شكلت

ثقلاً اقتصاديًا جديدًا ، ووجدت فى الصحف الصفراء اهتمامًا بقضاياها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من زوايا جريئة وصريحة لا تجدها عند الصحف المحافظة . وقد واكب الإيقاع السريع للتطور التكنولوجى نفس الإيقاع اللاهث الذى حرصت عليه الصحف الصفراء ، بعد أن احتلت آلات الطباعة الجديدة التى تعتمد على الجمع الآلى محل آلات الجمع اليدوى ، واستخدمت القطارات السريعة فى توزيع الصحف بين مختلف المدن فى مدد لا تزيد على ساعات معدودة ، بعد أن كانت توزع بالعربات التى تجرها الخيول . ثم جاء اختراع السيارة ليسرع من الإيقاع سواء داخل المدن أو خارجها ، فى حين استطاعت القطارات أن تربط بين مختلف الولايات المتجاورة إلى أن اخترعت الطائرة لتزيد من سرعة الإيقاع وتوسيع مجال التوزيع . وكان للصحف الصفراء قصب السبق فى هذا المضمار .

كانت الصحافة الصفراء ابنة عصرها بمعنى الكلمة ، خاصة فى مجال تجريب كل ما هو جديد ، ولا تزال تسعى لمواكبة متغيرات كل عصر جديد ، حرصًا منها على ترسيخ روح الريادة التى بدأت بها . فكانت أول من استفاد بما عرف بالثورة الطباعية ، خاصة فى تدرج اللون من الأسود إلى الأبيض فى طباعة الصور (هاف تون: Half Tone) ، والذى كان مبهرًا لقراء ذلك العصر . كما كانت أول من قسّم الإدارة الصحفية إلى أقسام متخصصة سواء فى مجال التحرير أو الإخراج أو الطباعة ، حتى يسهل التعامل فيما بينها ويسرع بايقاع الإنتاج الصحفى فى قنوات لا تعرف العوائق . كذلك كانت الصحافة الصفراء مبادرة كعادتها فى استخدام الابتكارات الرائدة فى «صالة الأخبار» التى انتشرت فيها الآلات الكاتبة التى زادت من كفاءة الكتابة وسرعتها ووضوح الحرف ، كما تلتها باستخدام الآلات الكاتبة الكهربائية . ولم تتوان الصحافة الصفراء عن إدخال أية تطورات تكنولوجية فى أقسامها لتحسين الأداء كمًا وكيفًا .

وكانت الصحف الصفراء سباقة إلى اختطاف المخبرين والمحررين الذين تخرجوا فى الكليات والجامعات ، وأغدقت عليهم أجورًا مرتفعة كى يوظفوا ما تعلموه فى تحسين أداء الصحيفة التى يعملون بها ، فى وقت كان خريجو الجامعات يعدون من النخبة أو الصفوة القليلة التى يعتز بها المجتمع . أما الموهوبون أو المتفوقون من هؤلاء الخريجين ، فكان أصحاب المؤسسة الصحفية يتبنونهم ماديًا وأدبيًا ، من حيث توفير كل الإمكانات التى تفتح كل الآفاق التى تعود عليهم وعلى صحيفتهم بالنمو والازدهار . وقد ذكر وليم أ. هاتشن فى كتابه «متاعب الصحافة : نظرة نقدية لما هو صحيح أو خطأ فى الصحافة» ، الصادر عام ١٩٩٨ أن معظم نجوم الصحافة الأمريكية الذين صنعوا أمجادها فى النصف الأول من القرن العشرين ، تعلموا أسرار الحرفة وخباياها فى الصحف الصفراء التى عملوا فيها عندما كانوا فى مطلع حياتهم . وبعضهم يعتبر وليم راندولف هيرست من أهم الرواد الذين تركوا بصمات لا تمحى ليس على الصحافة الأمريكية فحسب ، بل على الصحافة العالمية أيضًا .

ومع تطور تكنولوجيا صناعة ورق الصحف ، سارعت الصحف الصفراء إلى استخدام الورق الرخيص الذى تم انتاجه بكميات ضخمة ، فى حين كانت الأنفة أو العنجهية سببًا فى رفض الصحف المحافظة لاستخدام هذا الورق الذى يمكن أن يقلل من شأنها فى نظر قرائها . لكن روح المبادرة التى تميزت بها الصحف الصفراء، طورت أساليب الإخراج وتنسيق الصفحات نحو مزيد من الجاذبية والإثارة ، وبالتالى استطاعت أن تغطى على رخص الورق . وفى الوقت نفسه استفادت بالتوفير فى السعر فى زيادة عدد الصفحات ، خاصة الإعلانات ، أو شراء أنواع أفضل من أحبار الطباعة أو الألوان ، أو زيادة النسخ المطبوعة ، وأحيانًا تخفيض سعرها مما يزيد من نسبة توزيعها . ومع نجاح هذه التجربة الرائدة ، سارعت الصحف المحافظة للاستفادة منها . وانتشرت صناعة هذا الورق فى الدول الأوروبية ، بل وتخصصت فيه بعض

الدول مثل فنلندا التى صدرته إلى بلاد كثيرة . وعرف العالم مصطلح «ورق الجرائد أو الصحف» كأكثر أنواع الورق انتشارًا ، وأصبحت له أسواق عالمية تتحكم فى سعره مثل أسواق المعادن الثمينة والأحجار الكريمة .

ولم تتخل الصحافة الصفراء عن ريادتها فى مجال التكنولوجيا الصحفية ، أو عن الإمساك دائمًا بزمام المبادرة فى سباقها مع الصحافة التقليدية المحافظة التى اعتادت أن تلحق بركبها بعد سنوات من إحرازها قصب السبق . ففى سبعينيات القرن العشرين ، شهدت الصحافة الصفراء انقلابًا صامتًا فى وسائل الاتصال والمعلومات ، انعكس على وسائل تحريرها وطباعتها ، وذلك فى وقت كانت المنافسة فيه قد بدأت تشتد بين الإعلام المرئى والمسموع ممثلاً فى التليفزيون والراديو من ناحية والإعلام المقروء ممثلاً فى الصحيفة أو المجلة أو الدورية من ناحية أخرى . وقد تجلى هذا الانقلاب فى صالات التحرير أو الأخبار التى تعد المطبخ الحقيقى لعمليات جمع الأخبار والمقالات والموضوعات وتبويبها وتحريرها فى إطار تصميم الصفحات واعدادها للطبع . فقد اختفت منها تمامًا ظاهرة الكتابة بالقلم أو على الآلة الكاتبة ، وحلت محلها شاشات تليفزيونية ترتبط بشبكة للحاسب الإلكترونى ، يجلس كل محرر أو صحفى أو كاتب أمام جهازه ، يكتب على شاشته ما يعنّ له ، حذفًا وإضافة وتصحيحًا وتقديمًا وتأخيرًا للكلمات والجمل والفقرات . كما يتم على هذه الشاشة تصميم الصفحات وإضافة الصور والعناوين والرسوم بالنسب المطلوبة ، سواء لتخزينها أو إرسالها عن طريق الحاسب إلى الأجهزة الطباعية فى دقائق معدودات ، مما ضاعف من سرعة أداء الصحف الصفراء وكفاءتها التى انعكست على صفحاتها التى أظهرت الفرق واضحًا بينها وبين صفحات الصحف التقليدية المحافظة .

وسرعان ما لاحظت الصحف الأمريكية الكبرى فى نيويورك وواشنطن وشيكاغو ولوس أنجيلوس وسان فرانسيسكو وسانت لويس ، هذا الفرق فى سباق

التطور ، فاضطرت إلى إعادة تأهيل محرريها والعاملين فيها خلال فترة زمنية قياسية، نظرًا لما ترتب عليها من تغييرات جوهرية فى اقتصاديات صناعة الصحف ، وما فجرته من منافسة عاتية بين وسائل الإعلام المختلفة ، وبين الصحف بعضها وبعض، بل وبين الصحفيين بعضهم وبعض . وهو المناخ التى تصول فيه الصحافة الصفراء وتجول بثقة وجرأة شديدتين ، لإصرارها بل وعشقها لروح المنافسة والسبق فى كل المجالات الصحفية . فكانت أول من أدرك أبعاد هذا الانقلاب الهائل فى تكنولوجيا الاتصال وتخزين المعلومات والحصول عليها ، إذ كان بمثابة طفرة لم تشهد الصحافة مثيلاً لها من قبل .

وفى منتصف ثمانينيات القرن العشرين ، كانت الصحف الأمريكية قد هضمت هذه التطورات التكنولوجية المتلاحقة ، وأصبحت جزءًا لا يتجزأ من عملياتها الصحفية ، وفى أعقابها تبعتها الصحافة الغربية بصفة عامة ، لكن تظل الريادة التاريخية فى هذا المجال معقودة للصحافة الصفراء التى كان من الطبيعى أن تفوز فى هذا السباق لأن السرعة هى السمة المميزة لها منذ ميلادها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر . وهذه الروح الفتية ذات الحيوية المتدفقة جعلت لها من الجاذبية ما يصعب تجاهله أو مقاومته ، لدرجة أن هناك من الأمريكيين من تعلم القراءة والكتابة فى مطلع القرن العشرين حتى لا يحرم نفسه من متعة قراءتها .

هذا عن بصمات الريادة التى مارستها الصحافة الصفراء فى مجال الإخراج والتكنولوجيا الصحفية ، أما عن هذه البصمات فى مجال التحرير والتبويب ، فقد وضعت الصحف فى حسابها الاهتمامات اليومية للقارئ العادى ، فارتبط بها فى علاقة حميمة نتيجة لعزفها بمهارة على الأوتار المشدودة داخله . فقد تنوعت الأبواب والصفحات لتثير أكبر عدد ممكن من قطاعات المجتمع وطبقاته . فمثلاً ركز كل من هيرست فى «نيويورك جورنال» وبوليتزر فى «نيويورك وورلد» على أخبار الطبقات الثرية وحفلاتها وصفقاتها ونجومها فى مجالات السياسة والاقتصاد والفن ، وبالتالى

أصبح لهذه الأبواب قراء من هذه الطبقات . وفى الوقت نفسه فإن القراء الذين ينتمون إلى الطبقات الأخرى ، خاصة الطبقة المتوسطة ، وبعضهم تعلم القراءة حديثًا ، فإنهم يحبون الإطلاع على أحوال بل وأسرار الطبقات الثرية التى لا تخلو من فضائح مثيرة خاصة فيما يتصل بالعلاقات الغرامية بين أفرادها ، وهى التوابل التى حرصت الصحف الصفراء على عرضها تحت أضواء فاحصة ، وبذلك تضرب الصحيفة أكثر من عصفور بحجر . ولا شك أن أحداث ومشاهد الحياة الأرستقراطية الناعمة تمثل مادة جذب لمختلف أنواع القراء ، حتى فى مجال الإعلانات ، فمثلاً أصدرت «نيويورك جورنال» فى مطلع يونيو ١٨٩٧ ملحقًا من خمس صفحات كإعلانات عن منتجعات صيفية تضم فنادق الدرجة الأولى ، وأكواخ العيش الرغد كأنها الجنة على الأرض ، لدرجة أن صحيفة «السلطة الرابعة» نشرت فى ١٠ يونيو ١٨٩٧ تحت عنوان «ملاحظة وتعقيب» ، قائلة «إن ملحق المنتجعات الصيفية الذى أصدرته «نيويورك جورنال» يوم الأحد الماضى ، كان بلا شك ، من أجمل المواد التى يمكن لصحيفة يومية أن تنشرها» . وبعد ذلك توالت الملاحق التى تعلن بالكلمة والصورة عن متطلبات الحياة السعيدة .

أما عن حياة الطبقات الفقيرة بل والمعدمة فى حوارى نيويورك ، فقد استمرت «نيويورك جورنال» فى نشر رسوم الشرائط المسلسلة التى تصور مغامرات «الفتى الأصفر» الذى ابتكره الفنان أوتكولت ، والذى أخذت الصحافة الصفراء اسمها من لقبه . وكان شخصية شعبية ومحببة لنفوس القراء الذين تابعوها فى شغف متجدد . فقد شعر أبناء الطبقات الكادحة بالتوحد معها ، وشاركوها آمالها وآلامها ، انتصاراتها وهزائمها بين فئات الطبقات الدنيا . أما الأثرياء من علية القوم، فاعتبروها مادة مسلية ونظروا إليها بعين السائح المندهش لطرافة ما يرى ، مما يدل على أن الاستراتيجية التى وضعتها كل من «نيويورك جورنال» و «نيويورك وورلد» لهذا النوع من الصحف ، تحرص على جذب كل أنواع القراء دون تخصص أو

تفرقة . وهى القضية التى أثارها المؤرخ الصحفى والإعلامى جون د. ستيفنز فى كتابه «الإثارة وصحافة نيويورك» الذى أصدرته جامعة كولومبيا بنيويورك فى عام ١٩٩١، والذى أوضح فيه أن هناك إغراءً متجددًا برسم صورة كاريكاتيرية للصحف الصفراء على أنها موجهة للبوابين وصغار الموظفين والكتبة ، فى حين أن الحقائق تؤكد عكس ذلك ، إذ إنها تنشر كمًا معقولاً من المعلومات الرصينة والجادة فى مجالات المال والاقتصاد والسياسة والدبلوماسية . كما يضيف ستيفنز أن كلاً من «نيويورك جورنال» و «نيويورك وورلد» كانت من المحتمل أنها مقروءة من أفراد جميع الطبقات الاجتماعية . ومن الواضح أنها نفس الفكرة التى ترددت من قبل فى مقالة بعنوان : «الصحافة الحديثة وجمهورها» نشرها هـ . و . ماسنجهام فى «المجلة المعاصرة» بتاريخ أكتوبر ١٩١٠، وأكد فيها على أن «الصحافة الجديدة» – وهو الاسم الذى كان يطلق على الصحافة الصفراء من كتاب كثيرين – لم تكن موجهة إلى بعض القراء ، بل كلهم : كل الطبقات وكلا الجنسين ، وتقريبًا كل الأعمار .

ولم تسع الصحف الصفراء إلى إحتواء الطبقات الاجتماعية فحسب ، بل امتدت جاذبيتها لتشمل المثقفين الذين يشكلون صفوة المجتمع ، والذين وجدوا فيها نوعًا من الترفيه الطريف الذى يخفف من ثقل همومهم الثقافية . وهو نفس الرأى الذى أبداه مثقفو لندن فى صحافة «التابلويد» التى اشتهرت بها ، وكانت بمثابة الشقيقة الإنجليزية للصحافة الصفراء الأمريكية . وعرفت باسم «التابلويد» Tabloid، وهو المصطلح الفنى الذى يطلق على حجم صفحاتها (الصفحة ١٦ بوصة × ١٢ بوصة) أى نصف حجم الصفحة فى الصحف التقليدية ، لكنه من ناحية التحرير فقد قصد بها الصحف الشعبية التى تضع فى اعتبارها كل مستويات القراء . ولم تنكر صفوة المثقفين الإنجليز إقبالها على قراءة صحافة التابلويد لأنها تخفف من عناء التفكير . وكان موريس لو فى مقالة له بعنوان «صحافة التابلويد : أسبابها ونتائجها»،

نشرها فى ٣١ مارس ١٩٠١ فى صحيفة «الندوة» ، قد أوضح أن صحافة التابلويد لم تقتصر على الفئات التى كانت تقصدها أصلاً ، بل تسللت إلى فئات المثقفين الذين لم يخجل بعضهم من أن يعترف بأنه أصبح «مدمنًا» لصحافة التابلويد . فلم ينكر أحد مقالاتها الشيقة ، وإخراجها الجذاب للعين ، والمتعة التى يستشعرها القارئ فى صحبتها . وقد أوضحت الدراسات التى حللت موقف مثقفى نيويورك بصفة خاصة والولايات المتحدة بصفة عامة من صحفها الصفراء ، أن معظمهم لا يجد أى ضير أو عيب فى الإطلاع عليها ، إذ إنها تصور جوانب من المجتمع لابد من الإلمام بها ، بصرف النظر عن الأسلوب الذى تستخدمه فى تناولها وتصويرها .

وقد أثبت تاريخ الصحافة أن الصحافة الصفراء لم تكن مجرد مرحلة تاريخية كما يظن بعض المؤرخين والمحللين الذين ظنوا أنها كانت مرتهنة بظروف اجتماعية وتحولات اقتصادية وتطورات سياسية ، انتهت بانتهائها . فقد كانت مدرسة صحفية جديدة بمعنى الكلمة ، إذ إنها أرست تقاليد ومناهج غيرت أساليب التحرير والإخراج الصحفى . وبرغم رفض الصحف التقليدية لها وهجماتها المتجددة ضدها ، فإن هذه الصحف نفسها تأثرت إلى حد كبير بهذه الأساليب ، ولم تعد هناك حواجز بمعنى الكلمة بين هذين النوعين من الصحافة لدرجة أن التفرقة الحادة أو الحاسمة لم تعد متاحة بسهولة ، ولدرجة أن السلبيات التى كانت تعتبر من خطايا الصحافة الصفراء أصبحت مشتركة فيما بينهما ، بل يبدو أنها كانت كامنة فى الصحافة التقليدية بصورة أو بأخرى ، ولم يفضحها سوى احتكاكها بالصحافة الصفراء بصراحتها وجرأتها .

وبرغم كل الهجمات المحمومة التى حاولت تشويه صورة الصحافة الصفراء وسمعتها فى محاولات متتابعة لإيقاف نموها وانتشارها تمهيدًا للقضاء عليها ، فإن معظم مؤرخى الصحافة الأمريكية ، ومنهم من هاجمها ، اعترفوا بريادتها سواء فى

مجال التحرير أو الإخراج . وشهد النصف الثانى من القرن العشرين صدور كتب ودراسات متتابعة تؤكد هذه الريادة التى جعلت من الصحافة الصفراء مدرسة متواصلة متجددة بروحها الشابة الوثابة المتدفقة بالحيوية والتغيير والابتكار ، وليست مجرد مرحلة عابرة فى تاريخ الصحافة . من هؤلاء المؤرخين والمحللين فرانك لوثر موت فى كتابه الموسوعى «الصحافة الأمريكية : تاريخ : ١٦٩٠ - ١٩٦٠» الصادر فى عام ١٩٦٢ ، والذى لفت فيه الانتباه إلى استمرارية الصحافة الصفراء، وانجازاتها الرائدة التى تركت بصمات غائرة فى جسم المنظومة الصحفية بصفة عامة ، وظهرت على صفحات الصحف الكبرى والعريقة والمحافظة دون أية حساسية برغم مهاجمة الأخيرة لها . وعلى الرغم من شجب موت للمبالغات والتوجهات المتطرفة للصحافة الصفراء ، فإنه اعترف لها بريادتها فى أساليب جمع عناوين الأخبار والموضوعات والمقالات ، خاصة العناوين الرئيسية ، وتنسيق الصفحات ، والتصميم الجذاب لنشر الصور بشكل غير تقليدى ، وملحق يوم الأحد وغير ذلك من الأساليب التى انتهجتها معظم صحف العالم بعد ذلك . كذلك صدر فى عام ١٩٩٦ كتاب جوزيف ر. دومينيك «ديناميات الاتصال الجماهيرى» الذى وصف فيه الصحافة الصفراء بأنها رائدة استطاعت أن تنشر أساليب الإخراج والتنسيق والعرض على كل المستويات ، فابتكرت العناوين الرئيسية على أكثر من عمود ، ونشرت الصور والطباعة الملونة التى ميزت الشخصية العامة للصحافة العالمية .

ويضيق بنا المقام لذكر كل الدراسات التى أكدت بصمات الريادة للصحافة الصفراء . فعلى سبيل المثال ، صدر فى عام ١٩٤٨، كتاب ألبرت أ. ساتون «تصميم واخراج الصحيفة» ، أوضح فيه أن الصحافة الصفراء ابتكرت أساليب التصميم والتنسيق والإخراج التى منحت الصحف فى مختلف أرجاء العالم شخصيتها المتميزة . وفى عام ١٩٩٠، صدر كتاب «دليل المصممين الصحفيين» الذى أرجع فيه الفضل أيضًا إلى الصحافة الصفراء فى ابتكارها أصول تصميم

الصفحات وتنسيقها . وهى الأصول التى استمرت حتى بعد دخول الشاشات التليفزيونية فى عمليات تصميم الصفحات وإعدادها للطبع ، وهى الشاشات المربوطة بشبكة للحاسب الإلكترونى ، والتى تمنح المصمم منتهى الحرية فى إضافة الصور والعناوين والرسوم بالنسب المطلوبة ، سواء لتخزينها أو إرسالها عن طريق الحاسب إلى الأجهزة الطباعية فى دقائق معدودات . لكن هذه الإنجازات التكنولوجية المذهلة كانت مجرد أدوات أو وسائل لتحسين الأداء فى تنفيذ وتطبيق الأصول والتقاليد التى ابتكرتها الصحافة الصفراء منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر ، لدرجة أن مجلة «الصحافة الفصلية» عدد يناير ١٩٦٨ ، نشرت دراسة لكل من ميرديث و. بيرج وديفيد م . بيرج عن «صحافة نيويورك فى عام ١٨٩٨» أكدا فيه على أن صحيفة وليم راندولف هيرست «نيويورك جورنال» التى شهدت الانتقال من القرن التاسع عشر إلى القرن العشرين ، واعتبرت جوهر الصحافة الصفراء ورائدتها ، رسخت المعايير والتقاليد التى سارت على نهجها بعد ذلك كل الصحف ، لدرجة أن الاختلافات فى التصميم والتنسيق والإخراج فيما بينها اختلافات طفيفة نتيجة للتطورات التكنولوجية ، برغم أن قرنًا كاملاً من الزمن يفصل بينهما .

والملاحظة الجديرة بالرصد والتحليل أن الصحف غير الصفراء التى انهالت على الصحافة الجديدة المشهورة بالصفراء ، بالتحقير والاستهزاء ، لم تحاك أساليبها فى التحرير والاخراج بعد فترة طويلة من ظهورها ، بل اقتبست منها هذه الأساليب فى نفس العقد الذى ظهرت فيه فى آخر القرن التاسع عشر . ويبدو أن جزءًا من هذا الهجوم كان نوعًا من التعالى والعنجهية بهدف الشوشرة على هذه المحاكاة ، إذ يمكن به الإيحاء بأن التطور أو التغيير الذى جرى لصفحات هذه الصحف المحافظة كان من بنات أفكارها وحرصها على تحسين خدمتها لقرائها الذين تقدم لهم الأفضل دائمًا ، خاصة أنه من حق الصحف المحافظة أو التقليدية أو العريقة أن

ترفض توجهات الصحف الصفراء وأساليبها على سبيل ابداء الرأى فى مناخ ديمقراطى حر ، لكن ليس من حقها أن تحترف الهجوم المستمر عليها كما لو كانت وباءً مزمنًا تريد أن تحذر القراء من عدواه ، ذلك أن القارئ حر فى أن يختار الصحيفة التى يرتاح اليها ، وليس هناك حجر على نوعية اختياره . وبدلاً من الإقلال الدائم من قدر الصحف الصفراء بهدف تنفير القراء منها ، فلماذا لا تطور الصحف المحافظة أو التقليدية أساليبها وأشكالها حتى تجذب إليها القراء الذين استقطبتهم الصحافة الصفراء ؟! ويبدو أنها أجابت عن هذا التساؤل باقتباس التجديدات والابتكارات التى حققتها الصحافة الصفراء ، لكن لا مانع من تشيتت الانتباه بعيدًا عن هذا الاقتباس أو الانتحال أو السرقة ، بحملات الهجوم التى لا تهدأ عليها ، لدرجة أنها استمرت من آخر القرن التاسع عشر حتى مطلع القرن الحادى والعشرين ، لعلها ترسب فى وجدان القراء أنها صحف غير جديرة بالقراءة، بل ولا تشرف من يقرأها . وكانت فى مقدمة الصحف المحافظة التى واصلت هذه اللعبة بل وأدمنتها : «نيويورك تايمز» ، و «واشنطن بوست» ، و «لوس أنجيلوس تايمز»، و «أوبزفرر» ، و «رالى نيوز» ، التى وقفت بالمرصاد لصحف هيرست : «نيويورك جورنال» ، و «شيكاغو أمريكان» ، و «ايكزامينر» فى سان فرانسيسكو ، ولصحيفتى بوليتزر : «نيويورك وورلد» و «سانت لويس بوست - ديسباتش» ، وكذلك صحف «انكوايرر» ، و «ايفننج بوست» ، و «تايمز ستار» فى ولاية سينسيناتى ، و «ايفننج بوست» فى مدينة دنفر ، «وكرونيكل» فى سانت لويس .. الخ . لكنها كانت معركة مفتعلة ليس فيها منتصر أو مهزوم ، خاصة بعد أن تحولت الصحافة الصفراء إلى منهج أو أسلوب يسرى فى تحرير وتصميم معظم الصحف فى مختلف بقاع العالم، بحيث يستحيل ضربها فى مقتل . ومع ذلك لا يزال مصطلح «الصحافة الصفراء» يوحى بنفس التلميحات القديمة على سبيل العادة على ما يبدو .

ولم يقتصر تأثر الصحف المحافظة بأساليب التصميم والتنسيق والإخراج الصحفى فى الصحف الصفراء فحسب ، بل امتد ليشمل مواد التحرير وتقسيم الأبواب التى غطت كل جوانب الحياة وأحداثها وأنشطتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والإعلامية والثقافية والرياضية ، مع التركيز على موضوع أو قصة خبرية تكون محورًا للعدد ومركز جذب للقراء . وأصبح من السهل على القارئ الذى يبحث عن باب معين يهمه ، أن يجده فى الصحيفة بمنتهى السهولة لأنه يعرف موقعه ، بحكم أن مواقع الأبواب وملامحها مألوفة لديه . وبالطبع فإن تعدد الأبواب وتنوعها كفيل بجذب أكبر عدد ممكن من القراء . أما بالنسبة للصفحة الأولى فهى ليست حكرًا على موضوع سياسى أو شخصية معينة ، بل هى رهن بالأحداث المصيرية أو المفاجئة أو الشخصيات التى تصنع أحداث الساعة ، حتى لو كانت شخصية رياضية مثلاً ، أحرزت نصرًا لا مثيل له من قبل . وهذا يعنى أن الصحيفة لابد أن تكتسب المرونة الكافية التى تساعدها على مواكبة تيار الحياة بكل تقلباته ، ذلك أن تقسيم صفحاتها إلى أبواب متخصصة لا يعنى الجمود أو التحجر ، لأن المرونة ليست قاصرة على الصفحة الأولى فحسب .

وفى عام ١٩٩٨ سيطرت فضيحة الرئيس كلينتون ومونيكا لوينسكى المتدربة بالبيت الأبيض على الصحافة الأمريكية بأسرها ، وسرعان ما انتقلت العدوى إلى الصحافة العالمية ، بحيث ثبت عمليًا أنه لا توجد صحافة مختصة بالمواقف المشرفة وأخرى مختصة بالفضائح المشينة ، بل إن الصحافة بصفة عامة هى مرآة لكل جوانب المجتمع ، السلبية والإيجابية على حد السواء . تستوى فى ذلك كل الصحف ، وبالتالى فإن الحواجز أو الفوارق التى تفصل بين الصحافة المحافظة والصحافة الصفراء هى مجرد أوهام أو رواسب قديمة أو حدود مفتعلة لأغراض المنافسة التجارية . فالفضائح هى فضائح المجتمع ، وعلى أعلى مستوى للدولة ، وليست فضائح الصحافة . وقد اعترفت «نيويورك تايمز» نفسها بأن المجتمع هو الذى

يجعل الصحافة صفراء بمفهوم صحافة الفضائح والجرائم والانحرافات ، وذلك عندما يرتكب منها ما يضطر الصحف إلى نشرها جملة وتفصيلاً . ففى عددها الصادر فى ١٥ فبراير ١٩٩٨ ، كتب كليفورد كلاوس مقالة بعنوان «تذكروا الصحافة الصفراء» قال فيها :

«عندما تدفقت التقارير التى أثارت فضائح ممارسة الجنس بالفم فى البيت الأبيض ، وبقع السائل المنوى للرئيس على ملابس مونيكا الداخلية ، فإن أكثر الصحف والبرامج التليفزيونية احترامًا ووقارًا ، لم تستطع سوى أن تمتطى قمم أمواج هذه الفضيحة التى فرضت نفسها على كل الأحداث والمواقف . فليست هناك صحيفة ، مهما كانت محافظة وجادة ورزينة ، تحب أن تبدو فى نظر قرائها وكأنها فى غيبوبة عندما تتجاهل أو تتعامى عن إعصار يكاد يقتلع الإدارة الأمريكية من جذورها» .

هذا عن صحيفة «نيويورك تايمز» المحافظة الجادة ، أما عن صحيفة «سان فرانسيسكو ايكزامينر» التى توصف بأنها صفراء ، فقد نشرت فى ٢٥ سبتمبر ١٩٩٨ مقالاً كتبه ديفيد أرمسترونج بعنوان «السياسة السوداء» مقارنًا إياها بلون الصحافة الصفراء وموضحًا أن إنجراف وسائل الإعلام وراء تأكيد بشاعة سلوك كلينتون ، ردد أصداء الحمى التى انتابت الصحافة الصفراء عند ميلادها منذ قرن مضى فى لهاثها وراء رصد الفضائح وتعريتها . كذلك نشرت صحيفة «هارتفورد كورانت» فى ولاية كونيتيكت ، مقالاً افتتاحيًا فى ٢٢ فبراير ١٩٩٨ ، بعنوان «زيارة جديدة للصحافة الصفراء» ، أبرزت فيه مفارقة عجيبة تؤكد أنه كلما تغيرت الأشياء فى الظاهر ، ظلت كما هى فى الباطن .

ويضيق المقام عن ذكر معظم الصحف ، خاصة الكبرى منها ، التى أعادت إلى الأذهان الأسلوب المحموم الذى ميز الصحافة الصفراء عند بدايتها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، وإن كانت تكنولوجيا الصحافة قد تغيرت كثيرًا عن

ذى قبل . وهذا يدل أيضًا على أن الصحافة الصفراء فى أشد صورها تطرفًا ، عبارة عن ظاهرة يمكن أن تبرز على السطح كلما توافرت الظروف التى تدفعها إلى ذلك.

وكان رواد الصحافة الصفراء واعين منذ البداية ، بأن جرأة الصحيفة وبعدها عن إثارة الملل لا يعنى ابدًا بعدها عن احترامها لنفسها أولاً ولقرائها ثانيًا . ففى ٢ أغسطس ١٩٠٢ ، نشرت مجلة «دايجست الأدبية» مقالاً بقلم صامويل إى موفيت، الذى عمل رئيسًا لتحرير صحيفة هيرست «نيويورك جورنال» ، أوضح فيه أن الصحف المحترمة استطاعت أن تجذب عددًا ضخمًا من القراء بتوظيفها الأساليب الجذابة التى ابتكرتها الصحف الصفراء ، مع حرصها على عوامل الدقة والسرعة فى التقاط الأخبار وتوصيلها . فقد قال موفيت :

«إذا أردت لصحيفتك المحترمة أن تصل إلى التجمعات الكبيرة للقراء ، فلابد أن تكون صفراء طالما أن الصفرة لا تعنى السمعة السيئة . إنها يجب ألا تخشى من العناوين الضخمة والصور التى تفترش مساحات كبيرة ، وإن كان من الممكن التحكم فى هذه الضخامة . كما يجب ألا تضع الذوق المرهف الرقيق كثيرًا فى حسابك ، أو تتحاشى الصراخ بدلاً من الحديث الهامس . ويجب أيضًا ألا تتردد فى نقد المؤسسات والمليونيرات عندما يسلكون ضد الصالح العام . وعلى سبيل اكتساب الاحترام بل والمهابة ، فمن الأفضل أن تمتنع عن طبع قصة خبرية حتى تتأكد من صحتها وصدقها ، ذلك أن الدقة خير من الشهرة المدوية المترتبة على سبق صحفى قد تحيط به الشكوك ، فالدقة هى القاعدة المتينة الراسخة التى تنهض عليها صالة الأخبار . كذلك من الأفضل ، إلى حد ما ، عدم التركيز المتواصل على الجانب الأكثر إظلامًا من الحياة ، إذ لابد من تخفيفها أو موازنتها بالجانب الأكثر إشراقًا ، مع تجنب فضح أو تعرية الأسرار الشخصية والعائلية ، إلا إذا كانت هناك أسباب عامة تحتم ذلك» .

وكان رواد الصحافة الصفراء واعين تمامًا أنها ليست مجرد مرحلة طارئة أو عابرة ، بل هى منهج جديد فتح آفاقًا عديدة ومتنوعة لابتكارات متواصلة فى مجالات التحرير والصياغة والتنسيق والإخراج الصحفى بصفة عامة . ففى ٢٩ سبتمبر ١٩٠٦ ، نشرت صحيفة «كوليارز» مقالة لمراسل صحفى مشهور فى مطلع القرن العشرين يدعى فردريك بالمر ، بعنوان «هيرست والمذهب الهيرستى» ، تنبأ فيها قائلاً : «إن قدر الصحافة الصفراء هو أن تبقى فى لغتنا طالما وجدت الكلمة المطبوعة» . وقد أثبتت الأيام بعد مرور ما يقرب من قرن على هذه المقولة أنها كانت نبوءة دقيقة إلى حد مدهش ، لدرجة أنها ظلت تتردد فى الأدبيات والدراسات الصحفية سواء فى المجال المحلى أو الدولى ، وهو مالم يكن يخطر ببال بالمر نفسه ، وقبل نهاية القرن العشرين تعددت دلالات مصطلح «الصحافة الصفراء» ، وأصبحت موضوعًا للدراسات الأكاديمية فى أعرق الجامعات ، سواء أكانت دراسات تنظيرية أو تطبيقية ، وتحولت إلى مادة خصبة مقررة على طلبة الصحافة والإعلام فى مختلف الجامعات والمعاهد ، ليس فى الولايات المتحدة فحسب ، بل فى مختلف أرجاء العالم المتحضر .

وفى ١٩ فبراير ٢٠٠٠ ، نُشرت دراسة عن الصحافة الصفراء فى الدول النامية ، وذلك فى صحيفة وكالة أسوشييتد برس ، أوضحت أن الصحافة الصفراء فى مصر ، أصبحت مرادفًا للتقارير الصحفية الهجومية ذات الشطحات التى لا رابط لها . وفى تايلاند ارتبطت بالرشاوى التى يحصل عليها الصحفيون كما ورد فى صحيفة «نيشن» التايلاندية فى أول فبراير ١٩٩٩ . وفى الهند تلقى مجلس الهند للصحافة عددًا ضخمًا من الشكاوى فى أواخر عام ١٩٩٩ ، كان معظمها ضد الصحافة الصفراء . وفى اليونان خصص التليفزيون برنامجًا للتحريات والتحقيقات باسم «الصحافة الصفراء» ، وكان من أشهر إنجازاته كشفه لفساد رجال الشرطة . وفى باكستان ارتبطت الصحافة الصفراء باسم «مصانع النميمة والاغتياب والشائعات». وفى ٧

مارس ١٩٩٣ أذاعت وكالة كينيا للأنباء تحذيرًا لوزير الإعلام الكينى من الصحافة الرخيصة المبتذلة التى تثير الفتن والاضطرابات . ثم ورد التحذير فى «ملخص هيئة الإذاعة البريطانية عن اذاعات العالم» بتاريخ ٩ مارس ١٩٩٣، مؤكدًا على لوم الوزير لهذه الصحف التى تقتات على الفوضى واليأس والكذب . وفى نيجيريا ، أذاع راديو لاجوس فى ١٢ فبراير ١٩٨٣ ما نشرته صحفها الصفراء من هجوم لاذع على تقارير المراسلين الدوليين الذين اتهموها بالكذب والتلفيق ، وذلك دفاعًا عن صحفها المحلية التى لا تعرف سوى الفرقعات المزيفة ضد من يحاولون المساس بأصحابها من زعماء القبائل وأصحاب الثروات . وقد نشر «ملخص هيئة الإذاعة البريطانية لإذاعات العالم» هذه المحاجاة فى عدد ١٦ فبراير ١٩٨٣ . أما كارل ماير فقد نشر فى صحيفة «إندبندنت» البريطانية (٢٢ أغسطس ١٩٩٣) مقالاً فضح فيه الرئيس النيجيرى الأسبق بابنجيدا تحت عنوان «بابنجيدا يدفع بالصحافة النيجيرية للعمل تحت الأرض» حتى لا يصدقها أحد عندما تبدو كأنها صحافة صفراء .

أما راديو القدس الفلسطينى العربى فقد أذاع من موقعه على شبكة الإنترنت فى ١٣ أبريل ١٩٩٤ هجومًا كاسحًا على الصحف الصفراء التى تبث سمومها ضد الفلسطينيين الذين يشجبون الاتفاقات الانهزامية التى تهدف إلى التفريط فى الثمار المرجوة من كفاحهم الطويل والمتصاعد . فهى صحف عميلة ومأجورة يستخدمها أصحابها ورؤساء تحريرها فى بيع القضية الفلسطينية لمن يدفع أكثر .

وفى ٢٥ مايو ١٩٩٩ نشر آندى هو مقالاً بعنوان «الحاجة إلى التركيز على أخلاقيات الإعلام» فى صحيفة «مورننج بوست الصينية الجنوبية» التى تصدر فى هونج كونج ، حذر فيه من الإقبال على الإثارة وغيرها من عناصر الصحافة الصفراء التقليدية التى تسللت إلى الصحف المطبوعة باللغة الصينية فى هونج كونج فى أواخر عقد التسعينيات . أما فى منتصف هذا العقد (٢٧ ابريل ١٩٩٥) ، فقد نشر

كلود باتريس فى صحيفة «لوموند» الفرنسية مقالاً بعنوان : «فضيحة مدوية زلزلت الصحافة فى إسرائيل» أوضح فيه أن الصحافة الاسرائيلية كلها أوشكت على أن تصبح صحافة صفراء ، لأنها تلون كل الأخبار والموضوعات والآراء والمقالات باللون الذى تريده السلطة ، حتى لا يخرج اسرائيلى بعيدًا عن الخط العام المراد ترسيخه.

ويوضح جوزيف كامبل فى كتابه «الصحافة الصفراء» الصادر فى عام ٢٠٠٣ أن الصحافة الصفراء لم تسلم من هجمات القراء أيضًا ، خاصة الذين يواظبون على إرسال الخطابات لنشرها فى باب «بريد القراء» . لكن سلوك الصحف التى توصف بأنها صفراء ، كان من الديمقراطية وقبول الرأى الآخر بحيث نشرت لهم خطاباتهم التى يتهمونها فيها بالتحيز ، والتشتيت ، والإثارة وغير ذلك من المثالب والسلبيات التى تذكر تلقائيًا كلما ذكرت أساليب الصياغة الحديثة للقصص الخبرية . ويبدو أن الصحف الصفراء كانت واثقة من نفسها ومتأكدة من أن مثل هذه الهجمات والشتائم ليست سوى فقاقيع بعد أن أصبحت من حقائق الصحافة العالمية الراسخة . فمثلاً نشرت صحيفة «رالى نيوز وأوبزرفر» خطابًا فجًا لقارئة فى ٦ سبتمبر ١٩٩٥ قالت فيه : «لو كانت هناك جائزة بوليتزر للصحافة الصفراء ، فإن صحيفتكم بالتأكيد ستكون الفائزة بها» . وفى ٨ فبراير ٢٠٠٠، نشرت صحيفة «كولمبس ديسباتش» فى ولاية أوهايو ، خطابًا لقارئ اتهمها فيه باختراقها للحياة الخاصة لأسرة من وجهة نظر مغرضة ، وسخر منها بقوله «إنها طالما مصرة على طبع هذه المادة الصفراء فإن عليها فى أعدادها القادمة أن تستخدم ورقًا أصفر» .

والظاهرة الجديرة بالرصد والتحليل أن الصحف الصفراء كانت تنشر مثل هذه الخطابات بلا تعقيب ، وكأنها تريد أن تثبت بأسلوب عملى أن ناطح الصخرة لن يصيب سوى رأسه . وإذا عقبت فإنها كانت تلتزم بالتفسير العلمى الرزين الذى يشرح للقارئ أن آداءها يصدر عن فلسفة متبلورة فى العمل الصحفى وليس لمجرد الإثارة الفجة العابرة لجذب الانتباه ، ولولا هذه الفلسفة المحركة لها لاندثرت بعد عقد

أو عقدين من وقت ظهورها ، خاصة فى مواجهة المحاولات المستمرة لتشويه صورتها والإقلال من شأنها بل والسعى الفعلى للقضاء عليها . فهى لا تأتى بالفضائح والجرائم والانحرافات من عندياتها ، بل تخترق الجانب المعتم من المجتمع لتفضحه وتعريه بأضوائها الفاحصة لتقول للجميع : «هذا هو مجتمعكم على حقيقته ! فماذا أنتم فاعلون ؟» . أما الصحف التقليدية فتمر على العفن مر الكرام لأنها توهم نفسها بأنها أرقى وأنظف من أن تتعامل معه احترامًا لقارئها الذى ينظر إليها نظرة ملؤها الاحترام والتقدير . ولعل من الطرائف التى تتندر بها الصحف الصفراء ، ما فعله وقاله ديك موريس مدير الحملة الانتخابية للرئيس بيل كلينتون ، الذى اضطر إلى الاستقالة من منصبه فى عام ١٩٩٦ ، بعد أن فضحت الصحف الصفراء علاقته الغرامية الملتهبة بامرأة عاهرة التقطها من الطريق . فقد حاول التغطية على فضيحته بأن تقمص شخصية الزوج والأب والصديق المثالى قائلاً : «لن أعرض زوجتى أو أسرتى أو أصدقائى للنزوات السادية التى تعشق الصحف الصفراء ممارستها لتشويه سمعة المواطنين المحترمين . ولذلك لن أمنح مثل هذه الصحف شرف الإجابة أو الرد على ما تثيره من تهم وشكوك وتساؤلات» . وهكذا بلغ ديك موريس درجة لا مثيل لها من الاستهانة بعقول الآخرين ، لأن استقالته كانت بمثابة دليل إدانته أمام جميع الأطراف المعنية ، ومع ذلك يتبجح بهذا الأسلوب الأخرق والمضحك برفضه أن يمنح شرف الرد على الصحف الصفراء لأنها لا تستحقه !!

ويختم جوزيف كامبل كتابه «الصحافة الصفراء» بدراسة رائدة عن المدارس أو التيارات الصحفية التى تفرعت أو تولدت من الصحافة الصفراء ، فقسمها إلى ثلاثة أنواع : صحافة التنمية ، والصحافة الشعبية أو المدنية ، وصحافة كشف الجريمة . وهى أنواع صحفية إيجابية للغاية لأنها تساهم فى تنمية المجتمع على أسس واضحة محددة ، وترسيخ الديمقراطية وحرية التعبير وروح الانتماء ، وتعرية كل الأسباب المؤدية إلى وقوع المجتمع فى براثن الجريمة والانحراف والفساد .

كانت صحافة التنمية Development Journalism اتجاهًا أو تيارًا صحفيًا يؤمن بأن الحيوية الفكرية والشعبية الجماهيرية اللتين تمتلكهما الصحافة الجديدة القادرة على طرح كل القضايا مهما كانت شائكة أو حرجة ، هما أداتان فعالتان فى بناء المجتمع الحديث . ولم يقتصر تأثيرها على الولايات المتحدة والدول الأوروبية ، خاصة فى مجال الطبقات الكادحة والمهمشة ، بل امتد ليشمل دولاً نامية كثيرة فى أفريقيا وآسيا . لكن التشجيع والمساندة والتأييد الذى نالته هذه الحركة الصحفية فى الدول النامية من الطبقات الحاكمة ، لم يكن حماسًا منها للارتقاء بالطبقات الدنيا ، بقدر ما كان استغلالاً لهذه الصحافة فى تمجيد الزعماء والقادة القوميين ، والمبالغة فى التغنى بإنجازاتهم فى مجالات التنمية ، لدرجة أنها بلغت فى حالات كثيرة الأساليب الفاشية لعبادة البطل . واختفى من صفحاتها النقد اللاذع الذى ميز الصحافة الصفراء ووليدتها صحافة التنمية فى الولايات المتحدة والدول الأوروبية ، وحل محله المديح الذى يكال للقادة والزعماء حتى لو كانت مشروعاتهم فاشلة أو إنجازاتهم وهمية ، بحيث عاش القراء على صفحات الصحف أكثر من معيشتهم على أرض الواقع . وكانت النتيجة أن انقلب دور الصحافة الصفراء رأسًا على عقب ، فبدلاً من أن تصبح صوت الشعب الذى يخترق كل الحواجز والسدود ليصل إلى آذان القائد ، أصبحت صوت القائد الذى يدوى فى آذان الشعب . ولعل هذا كان بمثابة نتيجة طبيعية ومتوقعة للفوارق الحادة بين الممارسة الديمقراطية التى تتمتع بها الولايات المتحدة والبلاد الأوروبية ، وبين التجمعات القبلية والعشائرية والعرقية التى تشكل فى البلاد النامية تربة خصبة لممارسة الديكتاتورية والفاشية . ولذلك كانت الصحف بمثابة أبواق لمن يقفز على كرسى السلطة ويتربع عليه . وهى أبواق جاهزة لتغيير منطلقاتها وشعاراتها ولافتاتها ، إذا أتى انقلاب جديد بزعيم مختلف فى توجهاته ومعتقداته .

ومع ذلك شهدت سبعينيات القرن العشرين انتشارًا وازدهارًا لصحافة التنمية ، خاصة فى الدول الوليدة التى جاءت بعد مخاض عسير انتهى بحصولها على استقلالها من الدول التى كانت تحتلها لعقود كثيرة . وكانت الدول الأفريقية الواقعة جنوب الصحراء نموذجًا واضحًا على عزمها على خوض معركة التنمية بعد أن انتصرت فى معركة الاستقلال . وهى معركة تستطيع الصحافة أن تقوم فيها بدور ريادى ، خاصة فى مجال ترسيخ الوحدة الوطنية ، وتفجير طاقات الشعب ، وتنوير العقول بالعلم والتعليم والتثقيف والتنوير ، بعد طول ظلام وظلم وتسخير وعبودية تحت وطأة قوى الاحتلال الأوروبى التى استمرت لقرون .

وكانت هذه الدول الوليدة قد حصلت على عضوية الأمم المتحدة ، فإذ بها تجد نفسها على قدم المساواة فى التصويت مع الدول التى كانت محتلة لها ، مما منحها ثقة فى نفسها . ولكى تعبر عن هذه الثقة وجدت فى الصحافة أسرع وسيلة لإثبات وجودها على خريطة العالم المعاصر ، خاصة فى مواجهة صحافة الغرب التى كانت نظرتها إليها زاخرة بالتعالى والتحقير والشماتة فى قبائل وعشائر وأعراق لم تستقل بقدر ما قفزت فى المجهول وهى تتصور أنها أصبحت فى مصاف الدول. ويقول روبرت ل. ستيفنسون فى كتابه «الاتصال الكونى فى القرن الحادى والعشرين» الصادر فى عام ١٩٩٤ ، أن صحافة التنمية هاجمت أساليب صحافة الغرب المستقلة باعتبارها خادمة للثقافة الغربية الإمبريالية . وكانت منظمات ووكالات الأنباء الغربية مثل وكالة أسوشييتد برس ورويتر تركز على الصراع السياسى والفوضى التى تجتاح الدول النامية ، وتقلل من شأن أهدافها الأبعد والأشمل فى التنمية الاقتصادية ، والتعليم ، والرعاية الصحية . وقد سيطر هذا التوجه المغرض على الصحافة الغربية ، خاصة فى تغطيتها للمناقشات والمجادلات والمناظرات التى دارت فى إطار منظمة اليونسكو فى سبعينيات القرن العشرين

حول طموح منطلقات التنمية التى وصفت بأنها نظام عالمى جديد للمعلومات والاتصال . ووسط معمعات الجدل الذى استنفد طاقته مع مطلع الثمانينيات ، وتبعه انسحاب كل من بريطانيا والولايات المتحدة من منظمة اليونسكو ، برز الدور الحيوى الذى يمكن أن تنهض به «صحافة التنمية» كضوء كاشف لمسيرة التنمية فى البلاد النامية ، وكصوت لها يبرز توجهاتها بين دول العالم .

وأحاطت النوايا الطيبة «بصحافة التنمية» حتى تشق طريقها نحو آفاق التنمية المرجوة ، لكن الطريق إلى الجحيم يمكن أن تكون مفروشة بالنوايا الطيبة ، إذ سرعان ما تحولت صحافة التنمية تحت وطأة الحكام والزعماء الذين وجدوا فى الديكتاتورية خير وسيلة لحسم أمور الحكم وترسيخ كرسى السلطة ، إلى أبواق لتمجيد عبقرية الزعيم الذى لم يأت الزمان بمثله . ورفض معظم الزعماء الجدد أن تركز الصحف على الصراع مع الإمبريالية الجديدة ، ولكن على قضايا التنمية القومية داخل الوطن وتدعيم عوامل الاستقرار . وأصبحت الصحافة وأجهزة الإعلام تخطو فى اتجاه واحد لرسم صورة مبهرة للزعيم ، تفرض نفسها على عقل كل العاملين فيها ، وبالتالى على عقل الجمهور ، بحيث تصبح ذاتًا مصونة لا تمس . وقد ورد فى كتاب روبرت ل. ستيفنسون «الاتصال الكونى» ، نقلاً عن باحث متخصص فى الاتصال الدولى قوله «بأن واقع الأمر جعل الأمة تعنى نظام الحكم الذى يملك السلطة ، وكانت أخبار التنمية تزخر بالمديح المبالغ فيه والفج بلا حدود لقادة الحكومة وازدهار الأمة الذى تحقق على أياديهم ، حتى إذا لم يكن هناك ازدهار بمعنى الكلمة . لقد كانت صحافة مشوهة ، مشتتة ، مخادعة ، لا تعرف سوى التسبيح بحمد الحاكم وتعظيمه بكل الأساليب» .

ويستشهد جوزيف كامبل فى كتابه «الصحافة الصفراء» بدولة ساحل العاج كنموذج لما تعانيه صحافة التنمية فى مستعمرة فرنسية سابقة ، حكمها طاغية لا

يرحم ولا يعرف سوى المراوغة والخداع لمدة ثلاثة وثلاثين عامًا ، هو فيلكس هوفويت بواجنى الذى ضرب أسوأ مثل فى تحويل صحافة التنمية إلى صحافة المدح والتقريظ والمداهنة والخداع . وكلما برعت الصحيفة فى ممارسة هذه الحيل والألاعيب ، علا نجمها فى نظر السلطة وسادت على غيرها من الصحف . وكان صريحًا فى إبداء آرائه ، شأنه فى ذلك شأن أى ديكتاتور عندما قال إنه يتحتم على الصحفى فى ساحل العاج أن يصبح عاملاً من عوامل التنمية ، ومواطنًا يقف جنبًا إلى جنب مع إخوته فى الصراع من أجل الكرامة والوجود المنشود . وكان يقصد بالتنمية نظام حكمه الذى بدونه لا توجد تنمية ، وعندما يتكلم يجب على الجميع أن يدركوا حكمته وفلسفته ، لأنه المعلم أو «رجل غرب أفريقيا العجوز الحكيم» كما كان يحب أن يسمى نفسه . وكانت الصفحة الأولى من صحيفة الدولة «الأخوة» عبارة عن سجل يومى لكل ما قاله وما فعله ، ذهابه وإيابه ، زياراته المتعددة لأوروبا، وزيارات رؤساء الدول والزعماء له للتشرف بلقاء «المعلم» وللفوز بنصائحه وارشاداته الحكيمة . وحتى نهاية حكمه لم يسمح لأجهزة الإعلام بتوجيه أى نقد أو حتى تحليل دقيق سواء لسياسته أو شخصيته . فقد كانت الصورة التى عكستها وسائل الإعلام براقة ومتوهجة لكنها مضللة إذ غرقت حتى أذنيها فى تملق السلطة .

ويقارن كامبل بين المديح الذى كانت الصحافة الصفراء تكيله لإنجازاتها «وخبطاتها» الصحفية فى تسعينيات القرن التاسع عشر ، كى تزهو بنفسها أمام قرائها ومنافسيها ، وتذكر نفسها بقدراتها الفائقة ، وبين المديح الذى كانت تكيله صحافة التنمية للدولة التى تعمل فيها . لقد انقلب عشق الذات إلى عشق الآخر ممثلاً فى الدولة ، وإن كان عشق الذات أكثر صدقًا وأصالة ورسوخًا من عشق الدولة أو الزعيم والذى ينطوى على كل أساليب التملق والمديح والتقريظ والخداع والكذب وغيرها من الأساليب الجاهزة للتحول إلى أى زعيم آخر يستولى على

السلطة . وإذا كانت الصحافة الصفراء قد توقفت عن التغنى بأمجادها «وخبطاتها» الصحفية عندما أدركت أن اثبات وجودها وتفوقها بالعمل والإنجاز كفيل بأن يعلن عن مدى قدرتها على التفوق ، فإن «صحافة التنمية» منذ سبعينيات القرن العشرين ظلت تحرق البخور وتقدم القرابين لمن هو فى السلطة بصرف النظر عن نوعية فكره أو سلوكه ، وبذلك لم تعد اسمًا على مسمى ، ولذلك كثيرًا ما يطلق عليها مصطلح «صحافة السلطة» .

وبرغم أن الصحف الصفراء كانت مهددة دائمًا بالمقاطعة أو حتى بالمصادرة نتيجة تربص خصومها وأعدائها بها حتى لا تنفرد بالرواج التجارى فى سوق الصحافة ، فإنها استطاعت الاستمرار بل والرسوخ . كما أن أساليبها الجذابة الطاردة للرتابة والملل تسللت إلى كبريات الصحف التى اضطهدتها كى تصمد لمنافستها . أما «صحافة التنمية» فلم تملك هذه القدرة على الاستمرار برغم ركوبها أمواج السلطة ، موجة بعد أخرى ، لأنها فقدت الهدف الاستراتيجى من رسالتها ، وبالتالى فقدت قوة الدفع الذاتى التى تمكنها من الصمود حتى لو واجهت هجمات وضربات متعاقبة . ولذلك بدأت فى التدهور وضياع الشخصية المتميزة فى آخر الثمانينيات ، ومع مطلع التسعينيات دخلت مرحلة الاندثار بعد أن فقدت مصداقيتها تمامًا وتحولت إلى نشرات حكومية .

لكن يبدو أن الصحافة الصفراء قادرة على توليد تيارات جديدة ، حتى لو كانت من تيار اندثر بعد أن فقد اتجاهه . ذلك ان اندثار «صحافة التنمية» واكبه ظهور صحف جديدة فى أجزاء كثيرة من مناطق العالم النامى ، وتتمثل جدتها فى أنها تتمتع بحرية لم تكن متاحة «لصحافة التنمية» المندثرة . وبدأت كالعادة بالظهور فى الولايات المتحدة وهى تحمل فى طياتها كل أساسيات ومنطلقات «صحافة التنمية» التى فشلت فى تحقيقها . وكانت القضية من الأهمية بحيث خصص لها دون هـ .

كوريجان دراسة كاملة صدرت عام ١٩٩٩ بعنوان «حركة الصحافة الشعبية فى أمريكا» ، وعقد فيها مقارنة مسهبة بين «صحافة التنمية» و «الصحافة الشعبية» ، مبينًا أوجه التشابه فيما بينهما ، والإضافات التى سعت الصحافة الشعبية لإنجازها بعد أن عجزت عنها «صحافة التنمية» . وكان يطلق عليها أيضًا «الصحافة المدنية» ، وكانت ناتجة عن التقاء غير عادى بين بعض الصحفيين المحترفين وأساتذة الاتصال الجماهيرى . وبرغم أن الحركة انتقدت ، حتى من مؤيديها ، نظرًا لغموضها الذى يبدو متعمدًا ، واسمها الذى يتراوح بين مصطلح «الشعبية» ومصطلح «المدنية» بما يشبه التبادل ، مما يضاعف من اضطراب التعريف أو التحديد أو المفهوم ، إلا أنها ظلت تملك القدرة على تحفيز المجتمع وتجديد حيويته بأسلوب مدنى ديمقراطى يجنبه الوقوع فى براثن الفاشية العسكرية .

ويرجع بعض المؤرخين جذور الصحافة الشعبية أو المدنية : Journalism Public or Civic ، إلى عام ١٩٤٧ حين قدمت «لجنة حرية الصحافة» بالكونجرس الأمريكى تقريرها تحت عنوان «صحافة حرة ومسئولة : تقرير عام عن وسائل الاتصال الجماهيرى : الصحف ، الراديو ، السينما ، المجلات ، والكتب» ، وفيه حتمت أن تقوم الصحافة بدورها فى المسئولية الاجتماعية . لكن دارسين آخرين وجدوا من الجذور والسوابق ما هو أعمق وأكثر إثارة للاهتمام . ففى عام ١٩٧٨ نشر مايكل سكودسن كتابه : «اكتشاف الأخبار : تاريخ اجتماعى للصحف الأمريكية»، شبه فيه الصحافة الشعبية «بحركة اصلاح محافظة فى تقاليد الاصلاحات الأمريكية الاجتماعية فى العهد التقدمى الذى عاصر أواخر القرن التاسع عشر وأوائل العشرين» . أما توماس س . ليونارد فقد كتب دراسة بعنوان «تحويل القراء إلى مواطنين بالأسلوب القديم» ، نشرها ثيودور ل . جلاس فى كتابه «فكرة الصحافة الشعبية» عام ١٩٩٩ قال فيها : «ان ريادة الصحافة الشعبية تكمن فى فتح صفحات

صحفها لآراء القراء فى القضايا العامة سيرًا على نهج الصحف الصفراء . فمنذ قرن من الزمان تحمس ناشرو الصحف لهذا الاتجاه ، «وأصبح من المعتاد أو المحتمل أن يجد المواطنون العاديون أسماءهم وتعليقاتهم منشورة فى الصحف الصفراء ، وذلك على النقيض من الصحف الأكثر وقارًا ومحافظة ، والتى خسرت السباق فى مضمار الصحف الأكثر مبيعًا» . فقد كانت الصحف الصفراء أعمق وعيًا بنبض الجماهير وبالتالى القدرة على الوصول إلى مختلف قطاعات القراء . وذكر ليونارد أن إحدى صحف هيرست «ايفننج جورنال» طلبت من قرائها فى عام ١٩٠٤ ، وهو العام الذى خاض فيه هيرست معركة انتخابات الرئاسة الأمريكية دون أن يفوز فيها، أن يبعثوا إليها بخطاباتهم ليشرحوا مدى جاذبية الصحيفة فى نظرهم ، وكيف تكون أكثر جاذبية. وكعادة هيرست فى الإثارة وجذب الانتباه ، فإنه سرعان مارصد الجوائز المغرية لأحسن خطابات . لكن بالنسبة للصحفيين المحدثين ، فإنّ كثيرًا من التواصل بين هؤلاء الصحفيين القدامى وقرائهم ، يدخل الآن فى نطاق الصحافة الشعبية ، وإن كانت هذه الصحافة تعد إحدى بنات الصحافة الصفراء . فقد أصبح من الأهداف الجوهرية للصحافة الشعبية ، إشراك القراء فى صياغة مضمون الصحيفة وتنسيق صفحاتها ، إذ إنها تسير على نهج الصحافة الصفراء التى ولدتها . فمثلاً فى عام ١٨٩٦ عرضت صحيفة «دنفر بوست» دفع دولار واحد لكل رجل أو امرأة أو طفل يستطيع أن يقترح رسمًا كاريكاتيريًا للنشر فى صفحتها الأولى . ولم يكن هذا الدولار بالمبلغ التافه فى ذلك الزمن .

أما الأرضية المشتركة التى تقف عليها كل من الصحافة الصفراء والصحافة الشعبية سويًا فيما يشبه التوحد ، فهى أخلاقيات وسلوكيات حل المشكلات الفعلية على أرض الواقع . وهى الأخلاقيات والسلوكيات التى كانت من أهم أهداف الصحافة الصفراء عند مولدها . ففى نيويورك مثلاً قامت صحيفتا «نيويورك

جورنال» و «وورلد جورنال» بدعم المنظمات البلدية والخيرية ، من خلال إقامة المطابخ التى تعد الحساء بكميات ضخمة وتوزيع الغذاء على فقراء مدينة نيويورك بعد التدمير الذى أحدثته العواصف الثلجية العارمة فى عامى ١٨٩٧ و ١٨٩٨. كذلك أتاحت الصحيفتان وجبات غذائية فى أعياد الميلاد للفقراء وللعائلات التى التهمت النيران منازلها ، كما أرسلتا قطارات الإغاثة بالأغذية والملابس والأدوية لضحايا إعصار وفيضانات جالفستون فى عام ١٩٠٠ . وكانتا بالمرصاد لكل الصفقات والعقود المريبة التى يوقعها المسئولون فى المجالس البلدية مع المنتجين والموردين لقاء العمولات والرشاوى ، وغير ذلك من محاولات اعتداء المصالح الشخصية على الصالح العام .

وكانت «نيويورك جورنال» قد وصفت اتجاهها بأنه «صحافة الفعل أو الحدث التى تعد المرحلة الأخيرة فى تطور الصحيفة الحديثة» . وهو المنهج الذى ميز بعد ذلك الصحافة التى عرفت باسم «صحافة النشطاء» التى اعتبرت منظومة صحفية جديدة فى مجال الصحافة السياسية ، إذ إنها تجمع كل خيوط الضوء المتناثرة التى تمثل المشاعر المشتتة ثم تركزها على البقعة التى تحتاج إلى الانتباه والإصلاح ، طبقًا لما ورد فى «نيويورك جورنال» فى ٢٩ مايو ١٩٠٠ تحت عنوان «صحافة الفعل» ، وهو المسمى الذى كان هيرست يفضله مع مصطلح «صحافة النشطاء» على مصطلح «الصحافة الصفراء» الشهير . وقد عاد هذا التيار كأقوى ما يكون فى أواخر تسعينيات القرن العشرين بعد ظهور الصحافة الشعبية . وكان كول س . كامبل قد كتب دراسة بعنوان «الصحافة فن ديمقراطى» نشرها له ثيودور ل . جلاسر فى كتابه «فكرة الصحافة الشعبية» عام ١٩٩٩، ومن خلال خبرته كرئيس لتحرير صحيفة «سانت لويس بوست - ديسباتش» ، قدم تعريفًا للدور الذى تنهض به الصحافة الشعبية «بأنه يكمن فى حل المشكلات وليس مجرد البحث عن الحقيقة المجردة . فنحن الصحفيين أمامنا فرصة عظيمة إذا جعلنا خوضنا للمشكلات وحلها بمثابة السبب أو المنطلق

لتقاريرنا وقصصنا الخبرية ، فإن هذا من شأنه أن يجعلنا نراجع أساليب تغطيتنا لكل الموضوعات والقضايا ، بحيث نبتعد بمناقشاتنا عن تحديد من الذى انتصر وفاز أو انهزم وخسر ، إلى ماهية المشكلات التى يجب علينا أن نحلها بعد أن نحدد المدخل الصحيح إليها» . وقد وصفت الصحافة الشعبية من متحمسين آخرين لها ، مثل إدموند س. لامبث فى دراسته «الصحافة الشعبية كممارسة ديمقراطية» المنشورة فى كتاب جلاسر «فكرة الصحافة الشعبية» الصادر عام ١٩٩٩، بقدرتها على تنشيط العزم الشعبى والتسامى به فى قضايا المجتمع ، ورأب الصدع فيه ، وتصحيح فكرة «الصالح العام» .

وكانت هذه هى نفسها الآراء والمفاهيم التى عبر عنها آرثر بريسبين ، أحد أهم رؤساء تحرير هيرست ، ومؤيد قوى لقوة الصحافة الصفراء وطاقتها المشحونة بالحيوية المتجددة . فقد وجد بريسبين فيها دافعًا محركًا للمجتمع المدنى ، وعاملاً فعالاً فى تطوير وتدعيم عمليات حل المشكلات . وكانت كتاباته ، فى بعض توجهاتها ، تبدو وكأنها ترهص بالأهداف الجوهرية للصحافة الشعبية . فقد كتب فى عام ١٩٠٤ (مجلة «بوكمان» ١٩ يونيو) تحت عنوان «الصحيفة الأمريكية : الصحافة الصفراء»:

«إن ما هو أكثر أهمية من أى شىء آخر ، أن الصحافة الصفراء استطاعت أن تؤثر فى فكر المجتمع ، وكذلك تحفيزه ودعمه فى حربه ضد اعتداءات أية طبقة أو رأس مال على حقوق الطبقات الشعبية . ما هى الصحافة الصفراء ؟ إنها قوة الرأى العام ، والطاقة العقلية لآلاف أو ملايين القراء الذين يمكن أن يقعوا ضحايا للاستغلال وإهدار مصالحهم . إن الصحافة الصفراء هى خليفة الساحة المفتوحة التى كان المواطنون الإغريق يتقابلون فيها لحسم القضايا العامة لجمهوريتهم» .

وبالإضافة إلى ذلك ، فقد شاركت الصحافة الشعبية نفاد صبر الصحافة الصفراء تجاه المفهوم الشائع الذى يؤكد أن الصحافة تؤدى وظائفها على أفضل وجه عندما تكون محايدة كمراقب خال من العواطف والميول الذاتية . وكانت صحيفة

«نيويورك جورنال» قد سخرت واستهزأت من الصحف التى قنعت بمجرد إبراز أو الإشارة إلى المفاسد الموجودة بالفعل ، أو التحذير من المخاطر الوشيكة الوقوع . ففى ٢ يناير ١٨٩٨ نشرت مقالة بعنوان «الصحافة التى تصنع الأشياء» ، أكدت على أنه «ليس من وظيفة الصحافة أن تكتفى بالتنبيه الذى لا يهمها فى كثير أو قليل أن يكون مؤثرًا أو حتى مثيرًا للاهتمام» . كما أضافت أنه «ليس من واجب الصحيفة أن تحصرهما فى نطاق الحض أو الحث ، ذلك أنه عندما تسير الأمور فى اتجاه خاطئ، فإنه يتحتم على الصحيفة أن تعيدها إلى اتجاهها الصحيح كلما أمكن ذلك» . وتجلت وظيفة الصحافة الصفراء ، ومبرر وجودها ، ومصدر حيويتها ، فى التصدى العملى لأى تلاعب بالصالح العام ، وتعرية كل المؤامرات أو المناورات التى تعوق العمل الحاسم من أجله ، خاصة فى مجال الصفقات والتعاقدات لإقامة مشروعات الغاز، والإضاءة ، وخطوط الترولى ، وغير ذلك من الأعمال الموكلة للمجالس البلدية التى يمكن أن تتواطأ مع المؤسسات الاحتكارية والشركات الاستثمارية الخاصة التى يمكن أن تحصل على أسهل وأرخص الشروط فى مقابل تقديم العمولات والرشاوى المغرية .

ولابد من الاعتراف بريادة «نيويورك جورنال» فى تبنيها لأخلاقيات التنشيط الصحفى على المستوى العملى ، والتى ميزت الصحافة الجديدة المعروفة بالصفراء بخصائص حاسمة تفرق بينها وبين ما أسمته بالصحافة القديمة التى تتصف بالوقار والمحافظة وتهاجم الصحافة الجديدة بضراوة ، برغم أنها تنافسها باقتباس نفس الأساليب التى تشجبها . ولذلك نشرت «نيويورك جورنال» فى ٥ أكتوبر ١٨٩٧ مقالاً بعنوان «صحافة الفعل» أوضحت فيه أن الاختلاف الأساسى بين الصحافة الجديدة (الصفراء) والصحافة القديمة (المحافظة) أن الأولى تخوض مجالات الفعل أو العمل بكل إيجابية وجرأة ، فى حين تلتزم الثانية بمجرد الكلام النظرى . فهى

قد تنتقد الفساد وسوء الإدارة فى مكاتب السلطة ، لكن هذا لا يمنحها الحق أو الفعالية فى حماية الصالح العام لمجرد تشدقها بالكلام . وإذا أرادت أن تنافس الصحافة الجديدة فعليها أن تخوض مجال العمل الإيجابى المثمر والمجهد والجرئ فى الوقت ذاته . إن الكلمة فى نظر الصحافة الجديدة هى فعل حقيقى وبدونه تصبح مجرد صوت لا معنى له ، ولذلك كثيرًا ما تقع الصحافة المحافظة أو المحايدة أو النظرية جثة هامدة فى الفجوة التى تفصل بين الأقوال والأعمال ، وهى الفجوة نفسها التى تفصل بين التقليديين القابعين وراء المكاتب وبين النشطاء المتغلغلين فى دهاليز المجتمع .

هذه هى النظرية التى اعتنقتها «نيويورك جورنال» ومعها كل الصحف الصفراء . ففى ٨ ديسمبر ١٨٩٧ شرحت هذه النظرية لقرائها ، حين قالت فى مقالها الافتتاحى إنه يتحتم على أية صحيفة أن تنهض بأية خدمة عامة طالما أنها فى مقدورها ، بل عليها أن تسعى لتسليح نفسها وترسيخ قدراتها حتى تتفوق فى القيام بمثل هذه الخدمة . وأعلنت «نيويورك جورنال» أنها على استعداد للتحرك والانطلاق إلى حيث تتطلب المصالح العامة عملاً ماديًا ملموسًا ، وعلى يقين أيضًا لتحقيق نتائج فعلية . وقد احتفظت لنفسها بالحق فى تحديد متى وكيف تحتاج هذه المصالح العامة مثل هذا العمل . فهى ليست فى انتظار تلقى الأوامر أو التعليمات من أية سلطات أو هيئات للتحرك ، لأنها تملك حرية العمل وتحديد الزمان والمكان للقيام به ، من منطلق أنها سلطة رابعة ، وليست تابعة لأية سلطة أخرى سواء أكانت تشريعية أم قضائية أم تنفيذية ، ذلك أن مبدأ الفصل بين السلطات ينطبق عليها هى أيضًا .

وقد سارت الصحافة الشعبية أو المدنية على النهج نفسه . وفى هذا يقول آرثر تشاريتى فى كتابه «ممارسة الصحافة الشعبية» الصادر عام ١٩٩٥، إن المؤيدين لهذه الصحافة لا يشعرون بأية فجوة بين الأقوال والأعمال ، ذلك أن أدبيات هذه الحركة

تشتمل على توصيات بمساعدة المواطن كى يفعل مافى صالحه ، بحكم أن الصحيفة تمتلك ، على الأقل ، المساعى الحميدة الفعالة لتكوين إجماع بين المواطنين على اختلاف مستوياتهم ، على القضايا الحيوية ، وبعد ذلك يمكنها التأكد من استجابة الموظفين العموميين لتحقيق هذه المصالح العامة ، من خلال متابعة أدائهم لإخراجها إلى حيز التنفيذ . وهذا البعد الآخر من أبعاد الصحافة الشعبية ، يفرض عليها دورًا تنشيطيًا وإيجابيًا ، وهو البعد نفسه الذى بدأت به الصحافة الصفراء حياتها منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر . وقد وجد آرثر تشاريتى حجة قوية فى حرص الصحافة الشعبية على هذا التوجه التنشيطى العملى ، من خلال التشكيك فى حكمة الحياد الصحفى ، أو ما أسماه «بعدم التورط» كمصطلح أكثر دقة «noninvolvement» . يقول تشاريتى :

«إن فى استطاعة العاملين فى الصحافة الشعبية أن يثبتوا أن فى الالتزام بأسلوب «عدم التورط» نوعًا من التهديد الفعلى للصالح العام ، ذلك أن الامتناع عن الفعل يمكن أن يكون أسوأ بكثير من القيام بفعل غير إيجابى .... أى أسلوب صحفى أكثر عطبًا وخطورة فى مجتمع حر ؟! هل هو النوع الذى يقبع فى سلبية لا يفعل شيئًا فى حين تسرى الانقسامات والصراعات بين الناس ، أم النوع الذى لا يألو جهدًا فى ايجاد الوسائل الكفيلة بإعادة الوشائج التى تربطهم فى تناغم ؟».

ومن الواضح أن تشاريتى يضرب فى عام ١٩٩٥ على نفس الأوتار التى كان هيرست يضرب عليها منذ قرن مضى . ذلك أن كلا من الصحافة الصفراء والصحافة الشعبية ، تعتبر الصحيفة أداة فعالة ومؤثرة ومتدفقة بالحيوية التى تحفز المجتمع على التغيير والانطلاق إلى آفاق جديدة متتابعة . فهى فى حد ذاتها قوة محركة للواقع ودافعة له ، وليست مجرد سلسلة من القصص الخبرية التى تجرى على أرضه . وبدون التدخل أو التوجيه الاجتماعى الذى تنهض به الصحيفة التى تفكك البنيات الثقافية والفكرية والسلوكية التى أصابها التكلس والتحجر ،

وأصبحت عقبات فى سبيل تطور المجتمع وتقدمه ، فإن مشكلاته لابد أن تتفاقم نتيجة لتراكم رواسبها وطبقاتها وتفاعلاتها ، ويجد نفسه وقد رجع إلى عصر حجرى دون أن يدرى لأن المظاهر الخادعة للحضارة المعاصرة توحى إليه بأنه يحياها بالفعل فى حين أنه لا يمتلك من جوهرها شيئًا . ولذلك فإن الوظيفة الحقيقية للصحيفة كما يراها تشاريتى فى العقد الأخير من القرن العشرين هى نفسها التى رآها هيرست منذ قرن من الزمان : إنها محاربة الشرور فى عقر دارها وليست مجرد الإشارة إليها لعل الآخرين يقومون بهذه المهمة .

هذا الجانب الإيجابى الفعال والمؤثر الذى حرصت عليه الصحافة الصفراء ثم وليدتها الصحافة الشعبية ، كان السبب فى ميلاد صحافة ثالثة جديدة وهى صحافة كشف الجريمة وحلها ، بعد صحافة التنمية ، والصحافة الشعبية أو المدنية . وهى صحافة لم تقتصر على السعى المحموم لحل ألغاز الجرائم فحسب ، بل امتدت لتشمل حل المشكلات المزمنة أو الطارئة التى تستعصى على الوسائل التقليدية ، سواء أكانت مشكلات خاصة أم عامة . ويسجل تاريخ الصحافة ريادة متفردة لصحيفة «نيويورك جورنال» لأنها علمت الصحفيين كيفية أن يصبحوا من النشطاء الذين يملكون زمام المبادرة فى كشف ألغاز ودوافع الجرائم بكل أنواعها ، خاصة فى مجال الشركات التى تقوم باستثمار الأموال وتوظيفها فى عدة شركات أخرى ، والتى ثبت فسادها وتلاعبها بأموال المستثمرين ثم هروبها بها من وجه العدالة ، خاصة إذا كان بعض المسئولين فى السلطة متواطئين مع هذه الشركات . كذلك نجحت صحيفة «نيويورك جورنال» فى تتبع المجرمين أو المشبوهين الذين استطاعوا خداع السلطات ومراوغتها بعد أن عجزت أساليبها التقليدية فى التحرى واثبات التهمة عن ضبطهم متلبسين أو الوصول إلى المستندات التى تدينهم وتقدمهم للعدالة . فقد اكتشفت «نيويورك جورنال» أن المجرمين والمشبوهين من الذكاء بل والدهاء بحيث يطورون خططهم وأساليبهم باستمرار ، فى حين يلتزم المسئولون

بالوسائل التقليدية التى تعلموها جيلاً وراء جيل . من هنا كان الدور الحيوى للصحافة التى تتجاوز هذه الوسائل التقليدية ، وتبتكر من الخطط والأساليب ما يمكن أن يتفوق على دهاء المجرمين .

وقد تفنن المخبرون الصحفيون فى ابتكار أساليب للتحرى اتبعها بعد ذلك رجال الشرطة أنفسهم ، لدرجة أن «نيويورك جورنال» وصفت نفسها فى عدد ٢ مايو ١٨٩٩ بأنها شرطى بالمعنى الحرفى للكلمة ، بل شرطى مستعد فى أية لحظة وأى موقع للتبليغ بل والقبض على فاعلى الإثم والجرم فى حق الآخرين وتسليمهم للعدالة. وقد ورثت صحافة كشف الجريمة المعاصرة هذا الأسلوب غير التقليدى عن الصحافة الصفراء ، وإن كانت قد تجاوزتها لتمتعها بانجازات التكنولوجيا الحديثة ، لكنها ظلت امتدادًا عضويًا «لصحافة الفعل أو العمل» ، والتزمت بالمبدأ الذى أعلنته «نيويورك جورنال» فى ١١ نوفمبر ١٨٩٧ حين قالت «إن الصحافة النشطة تسعى إلى ضبط المجرم ، واحضاره أمام العدالة ، ولكن ليس من حقها أن توجه الاتهام اليه ، بل عليها أن تقدمه كما هو بالملابسات المحيطة به» . وبالطبع فإن هذه الصحافة النشطة كانت تستدعى من المخبر الصحفى جرأة غير عادية ، لدرجة أن بعضهم دفع حياته ثمنًا لها . ومع ذلك لم تتراجع صحافة كشف الجريمة إلى الوراء، بل انتشرت لتنطلق خارج حدود الولايات المتحدة ، وتتجلى فى العقد الأخير من القرن العشرين ، فى صحف التابلويد البريطانية العديدة ، وفى مقدمتها صحيفة «أخبار العالم» ، إحدى الصحف الصادرة عن الإمبراطورية الصحفية التى أسسها روبرت ميردوخ .

فى نهاية القرن العشرين ، أصبحت صحيفة «أخبار العالم» أكثر صحف العالم توزيعًا باللغة الإنجليزية . فقد ضرب عددها الصادر كل أحد ، الرقم القياسى فى التوزيع العالمى ، إذ بلغ أربعة ملايين قارئ . وكانت جرأتها فى عرض الجرائم والفضائح سببًا فى إثارة الجدل والمحاجاة بل والذهول من الجرأة التى تصل إلى حد

الوقاحة والصفاقة ، لدرجة أن جرأة هيرست فى «نيويورك جورنال» ، منذ قرن مضى ، تعد نوعًا من البراءة إذا ما قورنت بفجور مالكها روبرت ميردوخ الاسترالى الأصل ، والإعلامى الدولى ، وأحد أقطاب المال والصناعة العالميين . فقد استدعى أسلوبه المستفز والوقح والصفيق عدة مقارنات بريادة هيرست ، وكان اقتحامه لصحافة نيويورك فى سبعينيات القرن العشرين قد أعاد إلى الأذهان ذكريات السنوات الأولى لهيرست فى المدينة . لكن الأيام أثبتت أن هيرست كان أعمق مصداقية من ميردوخ الذى جعل من الصحافة تجارة رائجة بمعنى الكلمة ، وضرب بكل التقاليد الصحفية العريقة عرض الحائط .

فقد نشر ماثيو روز مقالاً بعنوان «ليس هناك مواطن فى مأمن من فاضحى الجريمة فى صحف التابلويد البريطانية» فى عدد ٢ أغسطس ١٩٩٩ من صحيفة «وول ستريت جورنال» ، أوضح فيه أنه فى تسعينيات القرن العشرين ، تورط مخبرو صحيفة «أخبار العالم» وصحف التابلويد البريطانية الأخرى فى سلسلة من العمليات الخفية المريبة التى تبدو فى الظاهر وكأنها تهدف إلى تقديم تجار المخدرات، وموظفى الأموال الهاربين ، إلى العدالة ، كى توحى بأنها تثير قضايا قومية حيوية . لكن هدفها الحقيقى كان تقديم كل أنواع الإثارة والتوابل لزوم المزيد من الرواج التجارى ، وفى الوقت نفسه إلهاء القراء وشغلهم بعيدًا عن كبار نجوم المجتمع والفن والرياضة الذين ضبطوا وهم يتعاطون المخدرات أو المنشطات ، وكأنهم ضحايا أبرياء لمروجى المخدرات . وقد هوجمت هذه الأساليب الخفية الملتوية المراوغة بصفتها مصيدة لحسنى النية حتى يلتمسوا الأعذار لنجوم المجتمع والفن والرياضة الفاسدين . وهى أساليب تدعى التحرى والكشف عن مراكز وبؤر الفساد فى المجتمع ، فى حين أنها تعمل لحساب النجوم من أصحاب الثروات الطائلة ، الذين يدفعون كثيرًا ، وفى الوقت نفسه يشكلون عناصر جذب للتوزيع والإعلانات . وفى الواقع فإن هؤلاء النجوم يحاولون أن يأمنوا أيضًا شر المصائد أو الشراك التى يمكن

أن تنصبها لهم صحيفة «أخبار العالم» للقضاء عليهم بالفضائح التى تخطط لها بإحكام ، إذا لم يخضعوا لسعيها المحموم لابتزازهم . فقد كان الويل كل الويل لمن يفقد الحذر واليقظة ويقع فى شباكهم التى قد تقضى على مستقبله فى حين يتابعونه وبريق الانتصار فى نظراتهم .

وإذا كانت صحيفة «نيويورك جورنال» تبحث عن الفضائح لتعريتها أمام قرائها للإثارة والتشويق ، ولا مانع من المبالغة وغيرها من التوابل ، فإن صحيفة «أخبار العالم» بعد ذلك بقرن ، لم تتورع عن نسج الفضائح كالعنكبوت السام للإيقاع بضحاياها خاصة ضعاف الشخصية الذين ينقادون وراء الإغراء بسهولة دون تفكير فى العواقب . فمثلاً نشرت سارة لايال فى صحيفة «نيويورك تايمز» بتاريخ ٢٤ سبتمبر ١٩٩٩، مقالاً بعنوان «صحيفة بريطانية توقع بايرل («إيرل» لقب أقل من «أمير» فى الدرجة) فى شباكها السامة لكنه لا ينال سوى لوم القاضى» . فلا أحد يعلم الأسباب أو الخلفيات التى أدت بمخبرى صحيفة «أخبار العالم» لأن يتخفوا فى شخصيات أثرياء من العرب ، وأغروا إيرل بريطانى لشراء كوكايين ومشاركتهم له فى تعاطيه ، ثم كتبوا تقريرًا مصورًا لتفاصيل جلسة التعاطى . وسرعان ما كانت التفاصيل بالكلمة والصورة تغطى صفحات الصحيفة ، وتم القبض عليه وواجه تهمة الاتجار بالمخدرات . لكن القاضى كان من الحكمة بحيث رد الصفعة للصحيفة التى استدرجت هذا الإيرل البائس الضائع حتى أوقعت به مستغلة ضعفه وتفاهته ، فحكم ببراءته مع توجيه اللوم والتقريع الشديدين له لغبائه ، وتهديده بمضاعفة العقوبة لو كرر جرمه . وختم القاضى حكمه بأنه لولا الشرك الذى تم نصبه بوقاحة منقطعة النظير ، لما وقعت هذه الجريمة ، وعلى المغفلين أن يحتاطوا لأنفسهم لأن القانون لن يحميهم . ثم أوصى القاضى بتعديل نصوص قوانين الصحافة حتى لا تصل إلى هذا الدرك الأسفل دون أن تقع تحت طائلة الحساب . ومن الواضح أن صحيفة «أخبار العالم» وغيرها من صحف إمبراطورية

روبرت ميردوخ ، كانت سببًا قويًا وذريعة مقنعة لخصوم الصحافة الصفراء كى يواصلوا هجماتهم ضدها ، برغم أن الصحافة الصفراء ، ووليدتها الصحافة الشعبية أو المدنية ، حرصتا على الابتعاد عن الحضيض الذى بلغته صحف التابلويد البريطانية بصفة عامة ، وصحف روبرت ميردوخ بصفة خاصة .

ومع ذلك فإن الصحافة الصفراء لم تكن مجرد مدرسة جديدة فى الصحافة فحسب ، بل كانت بمثابة الروح الجديدة التى دبت بعد ذلك فى جسم الصحافة التقليدية التى كانت على وشك أن تتحول إلى مجرد نشرات تقريرية عاجزة عن إثارة اهتمام القراء . لقد فجرت الصحافة الصفراء ثورة فى أساليب التحرير والصياغة وتنسيق الصفحات والإخراج الصحفى بصفة عامة . ومن السهل تتبع بصمات الريادة التى أحدثتها بجرأة وقوة ، ليست فقط فى الصحافة الأمريكية والصحافة الأوروبية ، بل فى الصحافة العالمية . والملاحظة الجديرة بالرصد والتحليل أن كبريات الصحف التى أدمنت التقليل من شأن الصحافة الصفراء ، كانت فى مقدمة الصحف التى اقتبست أساليبها المبتكرة التى عادت عليها بالازدهار الاقتصادى سواء فى مجال التوزيع أو الإعلانات . وهذا يدل على أن هذه المعركة التى استمرت زهاء قرن ، ولم تزل تشتعل بين حين وآخر ، هى معركة مفتعلة أو مغرضة فى مجال التنافس الرأسمالى الذى لا يتورع عن استخدام أى سلاح كفيل بهزيمة الخصم أو إضعاف قدراته وهذا أضعف الإيمان .

ولذلك فإن القوانين التى سنت لتنظيم العمل الصحفى سواء فى الولايات المتحدة أو غيرها من البلاد ، لم تفرق بين أنواع الصحافة المختلفة ، وإنما ركزت على أصول المهنة من الناحية الأخلاقية ، على أساس أن الممارسة الصحفية بدون أن تلتزم بالقيم الإنسانية الرفيعة هى تجارة رخيصة يمكن أن تكون مضادة لهذه القيم ومهدرة لها . فعندما يتحول الرواج التجارى فى التوزيع والإعلانات إلى هدف فى حد ذاته ، فإن الصحافة كرسالة ثقافية وفكرية وحضارية واجتماعية وليست إعلامية

فحسب ، تصبح من ذكريات الماضى . ذلك أن رأسمالها يتمثل فى المصداقية التى تتمتع بها عند قرائها الذين إذا فقدوا الثقة فيها ، فإنها تنتهى كصحافة .

لكن الإشكالية المعقدة والمتشعبة والمتجددة فى مواكبتها للعمل الصحفى والقوانين التى تنظمه ، تتمثل فى الفجوة أو الهوة التى قد يصعب عبورها أو سدها فى أحايين كثيرة ، بين الواقع الصحفى والمثال القانونى . تتساوى فى ذلك معظم الصحف ، سواء أكانت محافظة ، أم صفراء أم أى نوع آخر . ذلك أن الصحفيين بشر معرضون لكل أنواع الإغراءات أو الضغوط ، ومقاومة أحدهم لهذه أو تلك ، لا ترجع إلى نوعية الصحيفة التى يعمل بها ، وإنما ترجع اليه هو شخصيًا . فليس كل من يعملون بالصحف المحافظة من المطهرين ، أو الذين يعملون بالصحف الصفراء من الملوثين ، ذلك أن قواعد اللعبة الصحفية فى كل الحالات متشابهة إلى حد كبير ، وأصول المهنة واحدة ، وإن كان الفضل يرجع إلى الصحافة الصفراء التى جعلتها أكثر حيوية وجاذبية ، سواء فى التحرير أو الإخراج الصحفى ، فتحولت قراءة الصحيفة من واجب يومى للحصول على معلومات معينة ، إلى متعة للعين والعقل والوجدان برغم كل السلبيات التى يحاول خصومها إلصاقها بها . ولا توجد صحافة بلا سلبيات ، فهى مهنة شائكة وحرجة ومليئة بالمشكلات والثغرات بل والمخاطر بحيث أطلق عليها مصطلح «مهنة البحث عن المتاعب» . ومن الصعب بل ومن المستحيل أن تطبق القوانين التى سنت لها تطبيقًا حاسمًا وحرفيًا ، ولذلك سيظل الجانب الأخلاقى هو التحدى المستمر والمتجدد الذى يتحتم عليها أن تواجهه بطريقة أو بأخرى حتى لا تنحرف عن مسيرتها الحضارية .

الفصل التاسع

الصحافة بين المثال والواقع

كما كان الأمريكيون روادًا فى توليد ما عرف «بالصحافة الصفراء» منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر ، كانوا روادًا أيضًا فى مجال التقنين الأخلاقى والقانونى للصحافة بصفة عامة ، بحيث تركوا بصماتهم واضحة فى هذا المجال بنفس العمق والوضوح . ذلك أن معظم الدول التى سنت بعد ذلك قوانين لصحافتها ، استلهمت الاجتهادات الأمريكية كقاعدة لانطلاقها فى التقنين والتشريع ، ثم أضافت إليها بطبيعة الحال ما يناسب ظروفها الخاصة التى ترتبط بنظامها السياسى الذى قد يتراوح بين أطياف ودرجات مختلفة بين الديكتاتورية والديمقراطية . وهو ما يؤدى بدوره إلى تراوح بنفس الدرجة بين ما يجرى على أرض الواقع وبين ما يجب أن يجرى ، أى بين التنظير الذى يصل إلى درجة المثالية وبين التطبيق العاجز عن تجاوز ضغوط الواقع الحتمية . ومن هنا كانت الفجوة التى تتسع وتتعمق بين التنظير والتطبيق فى معظم الحالات ، ليس فقط من دولة إلى أخرى ، أو من صحيفة إلى أخرى فى نفس الدولة ، وإنما فى داخل الصحيفة الواحدة نفسها، لأن العامل البشرى يفرق بين صحفى وزميله طبقًا للقيم الأخلاقية التى يعتنقها كل منهما ، وهى قيم تتراوح أيضًا بين أطياف ودرجات متعددة من الترفع أو الترخص . ولذلك فإن تقسيم الصحافة إلى صحف محافظة وصحف صفراء تقسيم مفتعل ومغرض ، لأنها جميعًا حرفة واحدة فى نظر القوانين التى تنظمها ، والصحفيون أمامها سواء . وليس هناك صحفى فى صحيفة محافظة وعريقة معصوم من الزلل بحكم أنه يعمل بها ، كما أنه ليس هناك صحفى فى صحيفة تسمى صفراء وتجارية محكوم عليه بالزلل بحكم ارتباطه الوظيفى بها . فليست الأكاذيب والاختلاقات والخدع

والمبالغات شرطًا أساسيًا لنجاح الصحيفة ورواجها ، وإنما الشرط الأساسى يكمن فى المهارة الصحفية والتمكن من أسرار الحرفة ، وهى حرفة بطبيعتها حافلة بأنواع الإثارة والجاذبية والتشويق التى يمكن توظيفها فى إطار الشرعية الصحفية المنشودة ، مثلما فعلت بعض الصحف الصفراء الرائدة مثل «نيويورك جورنال» التى غيرت أساليب التحرير والصياغة وتنسيق الصفحات والإخراج الصحفى فى الحرفة الصحفية ليس فقط فى الولايات المتحدة أو أوروبا وإنما فى العالم بصفة عامة .

وبحكم أن الخبر والرأى هما الساقان اللتان تشق بهما الصحافة طريقها نحو تحقيق أهدافها وأداء رسالتها ، وبالتالى فإن النسبية تحكم وجهات النظر ، وتشعل الجدل حول الأساليب المتبعة والقضايا المطروحة . فليست هناك معايير جامعة مانعة تفرق بين ما يجب وما لايجب على وجه التحديد القاطع ، كما أن هناك خلافات بين الصحفيين أنفسهم فى داخل الصحيفة الواحدة حول مفاهيمهم للقيم الأخلاقية التى يجب أن تسود بين أبناء الحرفة ، وأحيانًا تصل الأمور إلى إصرار أحد أطراف الخلاف على صحة رأيه وعلى خطأ الأطراف الأخرى ، مما يدخل بجميع الأطراف فى طرق مسدودة أو حلقات مفرغة أو متاهات جانبية . هذا فى الوقت الذى تواجه فيه الصحافة بصفة عامة ، وليست الصحافة الصفراء على وجه التحديد ، مشكلة مزمنة ناتجة عن شك القراء فى مدى مصداقية التزام الصحف بالقيم والمبادئ الأخلاقية المنشودة ، لدرجة أنه فى مصر صك الجمهور مصطلحًا تبناه العالم العربى بعد ذلك وهو «كلام جرايد» ، وهو مصطلح يحمل فى طياته الكثير من الشك فى مصداقية وأمانة ما تقدمه هذه الجرائد . تتساوى فى ذلك جميع الجرائد وليس نوعًا بعينه ، وإذا كانت بعض الاتهامات الموجهة للصحافة بالتصرفات التى تنتهك القيم الاخلاقية لا أساس لها من الصحة ، فإن البعض الآخر صحيح وكفيل بتشويه صورتها العامة فى نظر الجمهور .

وكان المنظرون والمفكرون الأخلاقيون فى مجال الصحافة من الحكمة وشمولية النظرة العميقة بحيث لم يفرقوا بين المدارس والاتجاهات والتيارات الصحفية المختلفة ، بل اعتبروها كلها منظومة متكاملة فى حاجة إلى تحقيق قدر أكبر من الالتزام بالدقة ، والصدق ، والأمانة ، والموضوعية ، والعدالة ، والاتزان ، سواء فى التحرير أو الإخراج . كما أنهم أكدوا على تجنب العدوان على حرية الآخرين بطريقة غير متعمدة قد لا تقع تحت طائلة القانون . وكان فى مقدمة هؤلاء المنظرين والمفكرين كلود سيتون رئيس لجنة أخلاقيات الصحافة بجمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية ، والذى أكد على أن مهمة الحفاظ على مصداقية الصحافة وثقة الجماهير فيها ، تقع على عاتق الصحفيين ، وكل من يهمه رقى المهنة ونوعية المضمون الذى يسهم فى تقدم المجتمع .

والحرص على أخلاقيات الصحافة يفرق دائمًا بين الالتزام المفروض على الصحفى من المؤسسة التى يعمل فيها ، وبين الالتزام النابع من داخله حيثما ذهب . ذلك أن من طبيعة الواقع تحت الإلزام أن يهرب منه كلما حانت الفرصة وأدرك أن كشفه أو فضحه احتمال غير وارد ، وكثيرًا ما اعتذرت الصحف العريقة والمحافظة لقرائها عن الأكاذيب والتلفيقات والاختلاقات التى ارتكبها أحد صحفييها ، مع تحديد نوعية العقوبة التى ستنزلها به . لكن من الطبيعى أن يتساءل القراء : وماذا عن الصحفيين الذين لم يتم كشفهم وفضحهم ؟! أغلب الظن أنهم سيظلون سادرين فى غيهم ، لأن من اعتاد الزيف لابد أن يدمنه بصرف النظر عن نوعية الصحيفة التى يعمل لها . أما الصحفى الذى ينبع التزامه الأخلاقى من داخله فإنه يضع شرف المهنة نصب عينيه بوازع من ضميره وليس خوفًا من أى مراقب خارجى . ذلك أن العمل الصحفى يتطلب من كل من يمارسه ألا يكون مجتهدًا وذا معرفة بمجريات الأمور فحسب ، بل يتطلب منه أيضًا الحرص على مستوى من الصدق والأمانة والكرامة ، نابع من الالتزام الفريد للصحفى

ومسئوليته سواء أمام نفسه أو فى مواجهة الآخرين . ذلك أن مسئوليته الفردية جزء عضوى من مسئولية جماعية يشارك فيها جميع المشتركين فى عمليات جمع وتوزيع الأخبار ، يتساوى فى ذلك المحررون الصحفيون ، والمصورون ، بل ورؤساء التحرير . فهم يشتركون فى امداد الناس بالمعلومات التى تمكنهم من إصدار الأحكام على القضايا الحيوية المطروحة على الساحة . أى أنهم يمتلكون سلطة لابد أن يحافظوا عليها من أية إساءة ، أو توجيهها تبعًا لدوافع أنانية خاصة بهم أو لأغراض غير جديرة بشرف المهنة أو شرف الكلمة ، لأن هذا السلوك غير السوى لا يعنى سوى أنهم خانوا الثقة التى منحها لهم الرأى العام .

ويبدو أن الجانب الأخلاقى والموضوعى يتأثر إلى حد بعيد ، بحجم الصحيفة إن كبرًا أم صغرًا . فالصحف الكبرى ذات الإمكانات والميزانيات الضخمة تعمل حسابًا لأى مساس بسمعتها ، لأنها يمكن أن تصبح حديث المجتمع لو ارتكب أحد صحفييها مثل هذا الانحراف . أما الصحف الصغيرة المحلية فإنها يمكن أن تمارس الابتزاز كمصدر من مصادر تمويلها ، لأنها لا تملك ماضيًا أو رصيدًا ماديًا أو أدبيًا تخاف عليه من الضياع ، وبالتالى فإن بعض رؤساء تحريرها هم الذين يدفعون العاملين فيها لإهدار الصدق والأمانة من أجل مكاسب من أى نوع . ولذلك فإن تقسيم الصحف إلى صحف كبيرة راسخة وصحف صغيرة متهافتة ، أكثر واقعية وموضوعية من تقسيمها المتعسف إلى صحف محافظة وصحف صفراء . فمثلاً برزت على ساحة الصحافة الأمريكية صحف اعتبرت صفراء ، لكنها كانت من كبريات الصحف التى تحرص على احترام القراء لها ، مثل صحيفة «نيويورك جورنال» الرائدة ، و «نيويورك وورلد» ، و «بوسطن بوست» ، و «شيكاغو أميريكان» ، و «انكوايرر» و «ايفننج بوست» فى سينسيناتى ، و «ايفننج بوست» فى دنفر ، و «كرونيكل» و «بوست - ديسباتش» فى سانت لويس ، و «اكزامينز» فى سان

فرانسيسكو وغيرها . وهى صحف صنعت تاريخًا صحفيًا ترك بصماته غائرة فى منظومة الصحافة الأمريكية بل والعالمية ، برغم أن بعضها اندثر إلا أن أثره لم يندثر .

ولذلك ركز بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية لمبادئ المهنة على الفوارق النوعية بين الصحف الكبرى والصحف الصغرى ، بحيث لم يذكر الصحافة الصفراء بكلمة واحدة برغم هجومهم المستمر عليها كرؤساء تحرير لصحف منافسة . فقد وضعوا فى اعتبارهم أنهم بصدد وضع تقنين موضوعى للتقاليد التى يجب على الصحافة أن تنتهجها ، وليس من الحكمة الإقلال من شأن هذه المهمة الحضارية بمهاجمة نوع معين من الصحافة . بل إنهم تجنبوا ذكر أسماء بعض الصحف والمجلات التى ارتكبت أخطاء تمس سمعتها ، حتى لا يشوشوا على تحليلهم الموضوعى للظواهر المرضية التى يسعون لعلاجها . فالأشخاص زائلون ، أما الصحافة كسلطة رابعة فإنها باقية بقاء السلطات التشريعية والقضائية والتنفيذية ، بل وتمارس فى بعض الحالات تأثيرًا أقوى وأعمق من هذ السلطات ، ولذلك فهى فى حاجة مستمرة للتقييم والتقويم والتصحيح حتى تؤدى واجبها الحضارى على الوجه المنشود .

ومن الواضح أن سلطة الصحافة والمسئولية الملقاة على عاتقها ، هى منظومة يشارك فيها كل المتحكمين فى صياغة المادة الصحفية ابتداء من مرحلتها الأولى كمادة خام حتى نشرها فى الصحيفة . ذلك أن أصحاب اتخاذ القرار فى المستويات العليا فى جهاز التحرير الصحفى يستطيعون التحكم فى صياغة الأخبار ، فالمحررون هم أول من يستخلص التفاصيل ، ويحدد العناصر الأساسية المكونة للقصة الخبرية ، ويهمل ما يراه جديرًا بالحذف ، فى حين يركز على ما يراه أساسيًا ، وبناءً على ما يفعلونه يأتى الدور النهائى لمديرى أو نواب رئيس التحرير لوضع الشكل النهائى للمادة الصحفية . ولا شك أن وجهات النظر ، سواء أكانت ذاتية أم موضوعية ، تلعب دورًا لا يمكن تجاهله فى هذا الصدد . ذلك أن العاملين

فى التحرير ، على وجه الخصوص ، وعند كل مرحلة من مراحله ، وبالذات عند فرز الأخبار ، فى إمكانهم إساءة استخدام سلطتهم ووظيفتهم بصفة مستمرة ، دون أن يضبطهم أحد متلبسين بهذه التهمة ، خاصة إذا كان التبرير جاهزًا . فالألفاظ والتراكيب والصياغات فى أية لغة ليست لها معًان أو دلالات ثابتة وقاطعة ، فهى تتلون بل وتتبدل طبقًا للسياق الواردة فيه . ولذلك ما أسهل أن يلون المحرر خبرًا ما ، أو يصوغ عنوانًا بطريقة ملتوية ، بحيث يوحى أو يشير إلى الغرض الذى ينحاز إليه المحرر ويريد توصيله وترسيخه فى ذهن القارئ كحقيقة راسخة لا تقبل الجدل . وفى هذه الحالات ليس هناك رقيب أفضل من ضمير الصحفى إذا كان لا يزال حيًا . ويمكن انتهاك المصداقية الصحفية عن طريق الحذف ، لأنه أكثر دهاءً وضمانًا من أساليب الإضافة أو التأليف . وليست هناك وسيلة لإثبات الحذف إلا بإرسال مخبر آخر إلى موقع الحدث أو شهوده للتأكد من حقيقة الخبر أو الموضوع ، وهذا لا يحدث لاعتبارات كثيرة منها التكلفة الاقتصادية والتخلف عن إيقاع الأحداث .

وبرغم أن الفوارق بين المثال والواقع فى الحياة واضحة وضوح الشمس ، فإنها فى الحياة الصحفية تبدو متداخلة بحيث يصعب فى حالات كثيرة الفصل بينهما ومعرفة حدود هذا من ذاك . فهى حياة تحمل فى طياتها حيرة متجددة وتعقيدات لا تتوقف ، بحكم أنها جزء عضوى من تناقضات الحياة وصراعاتها بين ما يجرى وما يجب أن يجرى ، بين الوسائل والغايات . وهذه المعضلة تتبدى عند احتياج الصحفى لاتخاذ قرار بشأن قصة خبرية معينة يتضمن مسائل متعلقة بالوسائل والغايات . ذلك أنه بالنسبة لبعض الصحفيين ، فإن وسائل جمع الأخبار التى قد تعتبر غير سليمة فى الظروف العادية ، قد تبدو ضرورية عندما تكون النتائج أو الغايات المتحققة جديرة بتطبيق مبدأ «الغاية تبرر الوسيلة» . فمثلاً فى عام ١٩٧١ برزت قضية مشهورة باسم «أوراق البنتاجون» ، تعامل فيها عدد كبير من أشهر رؤساء التحرير فى أمريكا ، مع وثائق سرية حكومية ، بدون إذن أو تصريح رسمى .

وقبل ذلك فى منتصف الخمسينيات ، كان بعض هؤلاء الرؤساء أنفسهم يستنكرون ماقام به السناتور جوزيف ر. ماكارثى - وهو شخص كان متعصبًا ومتهوسًا فى عدائه المحموم للشيوعية - عندما وزع على الصحف معلومات مأخوذة عن ملفات سرية رسمية . ولكن «أوراق البنتاجون» كانت تكشف بالتفصيل كيف تورطت أمريكا فى الكابوس الدموى لحرب فيتنام . وكان للجمهور الحق الذى لا يحتمل الجدل فى الإحاطة بالقصة الخبرية كما وردت بالتفصيل فى وثائق الحكومة ، مهما كانت الطريقة التى خرجت بها هذه الوثائق إلى النور ، طبقًا لقناعة معظم رؤساء التحرير .

ومن البدهى أن الحملات الصحفية التى تنظم لهدف محدد ، يمكن أن تخدم الصالح العام إذا كان أسلوب جمع المعلومات دقيقًا ومتوازنًا وأمينًا ، وإذا كانت الأهداف والموضوعات الخاصة بالحملة تنطوى على عناوين وتوجهات واضحة . لكن هذا الأسلوب يصبح استثناء فى حالات كثيرة تثار فيها تساؤلات شائكة وحرجة حول أخلاقيات الصحافة ، خاصة فيما يتصل بوسائل جمع الأخبار عندما يتقمص المحررون والمخبرون الصحفيون شخصيات أو أدوارًا أخرى فى سبيل الحصول على قصة خبرية مراوغة ومستعصية على الأساليب التقليدية . ففى عام ١٩٧٧ تنكر عدد من محررى صحيفة «شيكاغو صن تايمز» فى دور رجال أعمال يملكون حانة فى المدينة ، وكان ذلك بهدف ضبط جهاز التفتيش التابع للمدينة متلبسًا بالرشوة . وبالفعل قام الصحفيون المتنكرون بتصوير وتسجيل بعض الموظفين المدنيين وهم يتسلمون نقود الرشوة ثمنًا للتغاضى عن القواعد الصحية التى يجب توافرها فى الحانة ، بالإضافة إلى انتهاكات قواعد البناء . وانقسم رؤساء التحرير إلى فريقين : أحدهما وجد فى عملية الخداع التى قام بها المحررون محاولة غير شريفة وغير مقبولة للإيقاع بالموظفين ، والفريق الآخر دافع عنها ، واعتبرها

وسيلة صحفية فعالة تستحق التقدير ، فقد كانت بمثابة الطريقة الوحيدة للحصول على الموضوع برمته ، بتعرية موثقة للفساد .

وفى قضايا أخرى تنكر المخبرون الصحفيون فى شخصيات رجال شرطة أو أطباء من أجل إقناع مصادر الأخبار بالإدلاء بما لديهم . وبعد الحادث الذى وقع عام ١٩٧٩ فى المفاعل النووى بمحطة «ثرى مايل أيلاند» ، تمكن أحد المخبرين الصحفيين من الحصول علي وظيفة فى المحطة ، لجمع معلومات من الداخل عن نظام الأمن ضد الحوادث داخل المحطة . ومن الواضح أن رؤساء التحرير الذين ناقشوا مثل هذه الوسائل وغيرها ، اتفقوا على أنه لا يوجد خطأ كبير إذا تنكر الصحفيون فى شخصيات أخرى لجمع الأخبار طالما أنه ليست هناك عملية خداع متعمدة ، ذلك أن المحرر الذى يتنكر فى شخصية رجل شرطة ينتهك أخلاقيات الصحافة ، فى حين أن الصحفى الذى يلتحق بعمل فى مستشفى للأمراض العقلية أو فى محطة نووية للتأكد من صحة الأوضاع داخل هذه المؤسسات ، فلا يعد هدفًا للنقد مادام أنه لا يدعى أية مؤهلات طبية أو فنية لا يملكها بالفعل من أجل الحصول على الوظيفة .

هنا يبرز سؤال لا يمكن تجاهله لأنه يفرض نفسه بقوة : أليس هذا التنكر أو التقمص هو من الأساليب أو الحيل أو الخدع التى ابتكرتها الصحافة الصفراء ؟! لقد أصبح من التقاليد والوسائل التى تتبعها الصحف الكبرى التى توصف بالمحافظة والرزانة والأمانة والوقار ، ولم تتهمها الصحف الصفراء بالخداع والتحايل والتلفيق والاختلاق والادعاء والتزييف والكذب وغير ذلك من التهم التى لم تسلم منها بطول قرن من الزمان . وهو ما يؤكد أن قواعد اللعبة الصحفية واحدة ، وأن الخط الفاصل بين مختلف التيارات الصحفية ليس واضحًا أبدًا ، وأن الخلاف بين المسئولين الصحفيين فى كبريات الصحف القومية لا يدور حول عمليات الخداع والتنكر التى يقوم بها المخبرون الصحفيون بصفة خاصة وأساليب الحصول

على الأخبار بصفة عامة فحسب بل يدور حول أساليب ممارسة المهنة على أعلى مستوى . ومن يدخل المطبخ الصحفى فى كبريات الصحف القومية ، يفاجأ بأن الهالات الإعلامية التى تحيط بها هى من قبيل الأوهام والواجهات الخادعة الكاذبة . فهى حافلة بالصراع ، والخداع ، والطعن فى الخلف ، والضرب تحت الحزام من أجل احتلال أعلى الكراسى فى الإدارة الصحفية ، وهو ما قد لا يحدث فى الصحف المسماة بالصفراء ، لأن معظمها يتحلى بروح الأسرة الملتفة حول صاحب الصحيفة وعميدها . فكل العاملين فيها يلهثون خلف الحصول على آخر الأخبار وأكثرها إثارة ، ذلك أن السبق الصحفى هو هدفهم الاستراتيجى الذى يحرصون عليه دائمًا ، والذى يحتم عليهم سباقًا مع الزمن ، وإيقاعًا بلا هوادة .

وكان المفهوم الإعلامى السائد يوحى دائمًا بأن الصحف الكبرى أو القومية أو المحافظة تسعى للاقتراب بقدر الإمكان من المثال المنشود من خلال التزامها بالقيم الأخلاقية وفى مقدمتها المصداقية والأمانة والموضوعية والدقة واحترام عقل القارئ وتجنب التلاعب والاستهانة به ، فى حين أن هذا المفهوم نفسه يوحى بأن الصحف الصفراء أو الخفيفة أو التجارية المغرمة بالإثارة والفضائح تغرق حتى أذنيها فى أوحالها الواقع من خلال إتقانها لحيل الخداع والتنكر والكذب والتلفيق والاختلاق والتزييف والاستهانة بعقل القارئ . لكن الواقع الخفى للصحف القومية الجديرة بثقة القارئ واحترامه ، يكشف عن وجه قبيح توارى كثيرًا خلف أقنعة براقة تحاول تجميله . ذلك أنه فى المسافة الفاصلة بين المثال والواقع ، تتراوح جميع الصحف - بلا استثناء - جيئة وذهابًا بنسب لانهائية ، لكن أقدام الجميع مغروسة فى أرض الواقع سواء أكان موحلاً وعفنًا أم جافًا ونظيفًا ، فى حين يبدو المثال على شكل ومضات خاطفة تخطف الأبصار بين الحين والآخر ، لكنها غالبًا ما تكون أحايين متباعدة ، وإن كانت تتألق فوق قمم مثالية يصنعها شهداء الصحافة فى بحثهم عن الحقيقة . فهناك صحفيون يجودون بأرواحهم ودمائهم وهم يتوغلون فى مناطق الخطر والموت والفساد ، لتعرية الأسباب الحقيقية التى صنعت هذه البؤر ،

وهناك صحفيون يمتصون الدماء من عروق الصحافة لدرجة إصابتها بالأنيميا التى يمكن أن تقضى على الصحف التى أصيبت بها ، حتى لو كانت إحداها محترمة ورفيعة المستوى مثل الصحيفة البريطانية الشهيرة «الإندبندنت» The Independent التى انغرست قدماها فى واقع عفن ، عجزت عن الخروج منه وتجاوزه .

ولعل السبب فى الأوصاف الرفيعة التى ارتبطت بالصحف القومية أو المحافظة ، وفى الأوصاف المهنية التى طاردت الصحف الصفراء أو الجريئة ، أن الأولى حرصت على كتمان ما يدور فى كواليسها ودهاليزها وكهوفها من صراعات ومؤامرات وطعنات فى الظهر أو فى الظلام بعيدًا عن حدود قرائها ، بحيث حافظت على صورتها البراقة بل والمبهرة فى عيونهم ، أما الثانية فلم تجد لديها ما تخجل أو تخاف من كشفه وتعريته ، حتى لو كان من باب الفضائح أو الأكاذيب أو الخدع أو الحيل . فهى تتعامل مع الواقع بقوانينه وظروفه وملابساته وفضائحه ومصائبه ، ولا تحاول أن تغطيه بأقنعة خادعة ، بل إنها قد تبالغ فى تصوير بشاعة هذا الواقع لإثارة قرائها وجذب المزيد منهم للإقبال على قراءتها .

وفى هذا الصدد كانت الصحف القومية أو المحافظة أو العريقة هى الفائزة بالصورة الأجمل والسمعة الأرفع ، لأن القراء يتصفحون الصحف وعناوينها وأخبارها وموضوعاتها دون أن يعنيهم كثيرًا ما وراء هذه الصفحات : كيف رأت الصحيفة النور ؟ وكيف حاول البعض إطفاء حضورها ؟ من ناضل لاستمرار المشروع ؟ ومن يتآمر للقضاء عليه ؟ وما الذى يجرى يوميًا داخل الغرف والقاعات والمكاتب المغلقة على صراعاتها وتناقضاتها وأزماتها ؟ كل هذه التساؤلات وغيرها لا تخطر ببال القارئ العادى ، لكن للمؤرخين والأكاديميين والدارسين الباحثين عن الحقائق والأسباب والخلفيات فى مجال الصحافة والإعلام ، موقفًا آخر ، إذ إنهم يحرصون على البحث عن إجابات عن هذه التساؤلات الملحة لأنها تنطوى على حكايات وأسرار وخفايا لا يمكن التغاضى عنها .

من هنا كان الرواج الكبير الذى حققه كتاب ستيفن جلوفر فى السوق البريطانية منذ أن صدر فى عام ٢٠٠٢، بعنوان «أحلام صحيفة» . فهو واحد من مؤسسين ثلاثة لصحيفة «الإندبندنت» ، وهى الصحيفة البريطانية التى أصبح لها مكان محترم ومكانة رفيعة فى عالم الصحافة البريطانية برغم أن عمرها لم يتجاوز سنوات قليلة بمعايير الصحف البريطانية ، إذ كانت ولادتها فى عام ١٩٨٦ . ويقول جلوفر إنه يحكى فى كتابه «قصة من تلك القصص التى تتكشف فى كواليس الصحف الشهيرة ، قصة معجونة بالنجاح والفشل ، وبالعلاقات الطبيعية والدسائس ، بالعرفان ونكران الجميل ، إلى غير هذه الثنائيات الشيطانية التى تحتقن بها العلاقات بين البشر» .

ويرى جلوفر أن كتابه المثير عبارة عن رواية تشبه عملاً دراميًا مثيرًا من ثلاثة فصول ، تتصاعد أحداثه ، وتتشابك خطوطه ، وتتعقد خيوطه باستمرار حتى تصل فى النهاية إلى الذروة ، حيث ينفجر كل شىء وتتناثر الشظايا والأشلاء ، كاشفة عن عفن لا يخطر ببال قارئ . يحكى جلوفر فى الفصل الأول من كتابه ، قصة انتصار الشركاء الثلاثة «أندرياس هوتيام سميث ، وماثيو سايموندز ، وجلوفر نفسه»، حين نجحوا فى إنشاء صحيفتهم ، نتيجة لقدرات ابتكارية غير عادية وظفوها بحماس منقطع النظير ، بناء على فهم دقيق واستيعاب ذكى لخريطة السوق الصحفية البريطانية ، ودراسة جدوى وضعت كل الاعتبارات فى حسبانها . والأهم والأصعب من كل هذا أن هؤلاء الفرسان الثلاثة تحملوا بشجاعة وجرأة مخاطر إصدار صحيفة جديدة ، فى وقت سيطرت فيه إمبراطورية روبرت ميردوخ الصحفية على مقدرات الصحافة البريطانية ، خاصة فى مجالى التوزيع والإعلان . وكان فشل مشروع الصحيفة الجديدة كفيلاً بالقضاء المبرم على حاضرهم ومستقبلهم ، فقد وضعوا فى مشروعهم الجزء الأعظم من أموالهم ، بل إنهم استقالوا من الصحف

الكبرى التى كانوا يحتلون فيها مواقع مرموقة ، وذلك للتفرغ للصحيفة الوليدة أو المغامرة المخيفة .

لكن جلوفر يبخل على قارئه إلى حد كبير فلا يصارحه بالكيفية التى جعلت الفرسان الثلاثة ينجحون فى جعل صحيفتهم أحد المعالم الأساسية فى يوم المواطن الإنجليزى ، إذ يبدو أن الإجابة التفصيلية عن تساؤل القارئ الذى لابد أن يثار عن السر فى هذا النجاح الكبير ، لم تكن ضمن أولوياته عندما ألف كتابه الذى يقتصر فى فصله الأول على تأكيد نجاح المشروع ، لدرجة أنه يقرر فيه بثقة وخيلاء أن الطبقة الوسطى الإنجليزية أدمنت شراء صحيفة «الإندبندنت» بعد سنوات قليلة من صدورها فلم تعد قادرة على الاستغناء عن قراءتها . وبالطبع لا ينسى جلوفر أن يؤكد ، ولو بشكل غير مباشر ، على أهمية دوره شخصيًا فى نجاح الصحيفة وتفوقها فى ساحة مزدحمة بشتى الأنواع المختلفة من الصحف ، وإن كان قد مر مرور الكرام على الكيفية التى أعدت بها دراسة الجدوى ، والدوافع أو الأسباب التى جعلت «الإندبندنت» فريدة على هذا النحو بين صحف لندن . إنه لا يسد هذه الثغرات فى دراسته ، ليس لأنه عاجز عن ذلك ، بل لأنه جعل من الفصل الأول فى كتابه مجرد مدخل سريع للفصلين الثانى والثالث ، لأنهما الأهم والأخطر ، والأكثر تراجيدية وإثارة بل وفضائح تعجز عنها الصحف الصفراء .

فى الفصل الثانى من الكتاب يبدأ جلوفر فى شرح طبيعة المشكلات الشخصية التى تسربت بهدوء ثم لم تلبث أن تفاقمت بين الشركاء الثلاثة ، فيحكى كيف اكتشف أحد الشركاء اندرياس هوتيام سميث أن شريكهم سايموندز على علاقة غرامية باحدى الفتيات ، وهو سلوك يتعارض تمامًا مع أخلاقيات سميث المحافظ ، والذى جعله يرفض بحسم أن تنغمس «الإندبندنت» فى رصد وتتبع الفضائح الملكية كما هى حال الصحف البريطانية بصفة عامة ، وصحف روبرت

ميردوخ بصفة خاصة ، لدرجة تكاد تجعل معظم الصحف البريطانية صحفًا صفراء بمعنى الكلمة . وهنا بدأت المشكلات والصراعات تدب فيما بينهم ، إذ اتهم سميث شريكه سايموندز بعدم الانضباط الأخلاقى الذى لا يليق بصحفى يصنع الرأى العام ويوجهه فى بلاده ، فضلاً عن أنه يسىء لسمعة الجريدة الوليدة ، فى حين رأى سايموندز فى اعتراضات شريكه تدخلاً فجًا ومرفوضًا فى شئونه الشخصية التى لا تعنيه أساسًا .

ومع بروز المشكلات ، تفجرت الفضائح ، إذ سرعان ما يوجه جلوفر سهمه إلى سميث نفسه ، فيذكر فى كتابه أن الرجل - مع كل هذه الصرامة الظاهرة والأخلاق التطهرية - لم تمنعه «أخلاقه المحافظة» من استغلال منصبه أحيانًا فى القيام برحلات خارجية عديدة باهظة التكاليف ، على نفقة الصحيفة ، دون أن يكون العمل هدفها الأساسى . وذلك برغم أن سميث نفسه ظل يعلن فى كل مناسبة ، وبالذات فى أثناء اجتماعات مجلس الإدارة ، عن رفضه القاطع التوسع فى بعث مراسلين للصحيفة إلى الخارج بحجة أنهم لا يهتمون إلا بتحصيل «بدلات السفر» وشراء متطلباتهم والاستمتاع برحلتهم السياحية قبل أن تكون صحفية ، أما العائد الصحفى الحقيقى فهو هزيل فى كل الأحوال . ويوضح جلوفر أن شريكه «المتزمت» سميث لم يكن يقبل أى لون من المحاسبة على تجاوزاته ، مما سبب للصحيفة فى سنواتها الأولى أزمات مادية حقيقية ، وهى نفسها الأزمات التى طالما حذر سميث شريكه من الوقوع فى براثنها !!

وتفاقمت مظاهر الفساد والتسيب فى صحيفة «الإندبندنت» المحافظة المحترمة، ذلك أن سايموندز الذى لم يستطع كبح جماح مراهقته المتأخرة ، لم يتوان عن البحث بمنتهى الحماس عن وظيفة لصديقته الشابة فى «صحيفته» ، فالإنسان من حقه أن يتصرف فى ممتلكاته كما يشاء !! وبالفعل تمكن من تعيينها فى منصب «نائب المدير» ، برغم أنها - كما يقول جلوفر فى كتابه - كانت عاطلة عن أية موهبة

صحفية أو قدرة إدارية . ولم يتوقف سايموندز عند هذا الحد من جنون الحب ، بل شرع يعلن عن علاقتهما الغرامية فى كل مكان يذهب اليه وبلا أدنى حرج ، لدرجة أنها رافقته إلى اجتماع عام لمؤتمر الحزب الديمقراطى الاجتماعى . ويقول جلوفر إن هذا الثنائى وحده كلف الصحيفة أموالاً طائلة ، إذ إن شخصية سايموندز الاستعراضية ، وعدم إحساسه بالمسئولية ، وأنانيته المستحكمة ، وضيقه الدائم بقيود المهنة وأخلاقياتها ، أدت إلى إهداره المتهوس للأموال على رحلات داخلية وخارجية باهظة بصحبة صديقته . ولم يكن يخجل من أن تتراكم «فواتير» نفقاته الضخمة على مكتب الحسابات المالية بالصحيفة فى انتظار تسديدها !!

أما الفصل الثالث والأخير من كتاب جلوفر ، وهو أكثر الفصول مأساوية ، على الأقل بالنسبة للمؤلف ، فقد اختار له عنوانًا هو «نكران الجميل» . فبعد أن نجح جلوفر فى إصدار العدد الأسبوعى «للإندبندنت» بجهود يكاد يكون فرديًا على حد وصفه ، وبعد أن نجح فى إحراز النصر على «صنداى كوريسبوندنت» وهى واحدة من أهم الصحف المنافسة فى عددها الأسبوعى على وجه التحديد ، بدأت موجة من الكساد تجتاح السوق الصحفية البريطانية . وكان تأثيرها على «الإندبندنت» مروعًا ، لدرجة أنها بدأت تخسر سنويًا ما يقدر بخمسة ملايين جنيه استرلينى . وبدلاً من التكاتف لمواجهة الأزمة وتجاوزها ، يقول جلوفر إن شريكيه انتهزا الفرصة، وتكتلا معًا بعد أن تجاوزا بقدرة قادر خلافاتهما العميقة ، والتناقض الحاد بين شخصيتيهما . وبدأ الشريكان يعدان العدة لتصفية الحسابات القديمة مع جلوفر والتخلص منه نهائيًا . وبالفعل انقضا عليه واستطاعا إجباره على الاستقالة ، برغم أنه يؤكد أنهما كانا يدركان تمامًا أنه لم يكن السبب فى الخسائر التى أصابت الميزانية فى الصميم ، لكنهما أفلحا فى أن يجعلاه كبش فداء لأخطائهما . ويسرد جلوفر قصة الحوار الذى دار بينه وبين شريكيه حين قررا فصله من الجريدة ، فيقول إن الحوار كان محشوًا بالمغالطات والأكاذيب والاختلاقات ، وكان شريكاه يعرفان ذلك

جيدًا . ويدلل على ذلك بأن احساسهما بالتجنى عليه كان واضحًا فى تصرفاتهما اللاحقة ، فهما مثلاً لم يتعاملا معه بمنطق الواثقين من اقترافه لأى جرم بل حاولا إنهاء الموضوع بأقل قدر ممكن من الضجيج ، كما أنهما تجنبا استفزاز شريكهما المعزول ، بتصريحات أو قرارات علنية تسىء لسمعته الشخصية أو المهنية ، إذ إن المهم هو إبعاده عن «الإندبندنت» . وقد تمت المهمة بنجاح ، ولم تعد هناك حاجة لأية شوشرة .

لكن المعركة الشخصية بين ثلاثتهم لا تهمنا ، بقدر ما يهمنا ما يدور فى كواليس ودهاليز وكهوف الصحافة الموصوفة بالمحافظة والمحترمة والتى لا تسأم من الإقلال من شأن الصحافة الصفراء . وخاصة أن هذه المعركة مدوية من وجهة نظر جلوفر فى شريكيه اللذين لم نعرف وجهة نظرهما منهما . كما أن هناك نقطة ضعف محورية فى سرد جلوفر لمجريات الامور ، إذ إنه فشل فى إقناع القارئ بسلامة موقفه الذى يثير علامات استفهام وشكوكًا لا يمكن تجاهلها . فالقارئ لا يعرف السبب فى تقديم استقالته بهذه البساطة مادام التلوث لم يتسرب إلى تصرفاته ، كما كانت الحال مع شريكيه اللذين اتهمهما بالتسيب والفساد . ومن حق القارئ أن يتساءل عن السر فى عدم لجوئه إلى القضاء لتبرئة ساحته والاحتفاظ بحقه فى وظيفته المرموقة ونصيبه فى الشركة الصحفية ! لكن جلوفر لم يقدم إجابات معقولة ومبررات مقنعة لهذه الأسئلة التى لا يمكن تجاهلها !!

إن موقف جلوفر يلفه الغموض بدون داع ، برغم أن الأحداث اللاحقة لكتاب جلوفر الذى كان بمثابة وثيقة اتهام لشريكيه السابقين ، أكدت بالفعل تورطهما فى صفقات مشبوهة ، بل إن وسائل الإعلام البريطانية تناقلت بعد ذلك أنباء مفصلة عن شراء أحد زعماء المافيا الإيطالية النصيب الأوفر من أسهم «الإندبندنت» ، وهو ما حمل رئيس تحريرها وقتها سير رالف داهرندورف إلى تقديم استقالته احتجاجًا على ذلك . ولم يسمع أحد من قبل أن هذه المافيا استطاعت

أن تشترى صحيفة صفراء ! لكن إلى أى حد كان جلوفر بريئًا بالفعل وسط كل هذه المظاهر أو الظواهر من الفساد الذى ضرب أطنابه ؟! هل من المنطقى أو المعقول أو المتصور أن يظل جلوفر ، دون شريكيه ، الحمل الوديع ، الساذج ، البرىء فى هذه الغابة المليئة بالوحوش المفترسة ، لدرجة أن يقبل إقالته من وظيفته ، وتشويه صورته ، وإصابة مستقبله فى مقتل ، دون أية مقاومة وبهذه البساطة .

ومن الواضح أن هناك جوانب عديدة وأسرارًا دفينة لم يذكرها ستيفن جلوفر فى كتابه لغرض فى نفس يعقوب . ولو كتب شريكاه بدورهما كتابًا أو كتابين عن تجربتهما فى «الإندبندنت» ، لكان هذا بمثابة إضاءة لجوانب أخرى معتمة تعمد جلوفر الحفاظ على غموضها طوال شهادته فى كتابه المثير والطريف والجذاب بكل المقاييس . ويكفى أنه قدم لقارئه صورًا حية لما يجرى فى كهوف وأقبية واحدة من أكثر التجارب الصحفية البريطانية تميزًا منذ العقد الأخير فى القرن العشرين . فالكتاب ليس مجرد حيثيات للإتهام ، تسجل وقائع معركة بين مجموعة من الشركاء ، بل سلسلة من الصور والمشاهد والمواقف المتتابعة التى تكشف ، بشكل غير مباشر ، عيوبًا وسلبيات جسيمة لا تزال كامنة فى قلب المنظومة الصحفية الغربية ، وفى مقدمتها ما يعتور العلاقات الإنسانية ويشوهها بصفة عامة ، وعلاقات العمل بصفة خاصة ، والتى يعانيها العمل الإعلامى فى الغرب . وفى كل مكان على خريطة العالم ، يمكن أن تتكرر «أحلام» الإندبندنت المجهضة ببساطة مع أى طموح وأى مشروع ، وليست أنباء إغلاق الصحف وبيعها أو تصفيتها فى أى مكان ، سوى الفصل الختامى لقصص مأساوية مثل تلك التى سردها جلوفر فى كتابه الذى يوحى عنوانه بأكثر من دلالة أو معنى . فالعنوان هو Paper Dreams ، ويعنى «أحلام صحيفة» أو «أحلام من ورق» أو «أحلام ورقية» ، وهو يوحى بأنها مجرد أوهام مثالية سرعان ما تنقشع بمجرد تلامسها مع صخور الواقع الراسخة ، فشتان بين المعانى والتوجهات المثالية التى تفترش صفحات الصحف المحافظة

والمحترمة ، مثل صحيفة «الإندبندنت» ، وبين ما يجرى على أرض الواقع بصفة عامة وكهوف وأقبية هذه الصحف الصفراء ، تفرقة متعسفة أو مغرضة أو سخيفة . وكان معظم القراء من الذكاء بحيث أقبلوا على الصحيفة التى يحبونها بصرف النظر عن اللون الذى التصق بها .

ويبدو أن كل هذا التخبط يرجع إلى المعايير النسبية المراوغة والزئبقية التى تتحكم فى الأخلاقيات التى يجب أن تسود فى ميدان العمل الصحفى . وقد تجلت هذه الأزمة الأخلاقية المزمنة عندما وقعت الحرب ضد العراق فى مارس ٢٠٠٣ . فمن الطبيعى أن تقوم الصحافة وأجهزة الإعلام بتسليط الأضواء الموضوعية على الأحداث الجارية ، لكن الحرب ضد العراق كشفت حقيقة هذه الموضوعية التى يتشدق بها مختلف الصحفيين والإعلاميين ، خاصة الكبار منهم، فإذ بها مجرد وهم أو أكذوبة لا أساس لها من الصحة . فقد سلط الحدث الضوء على أزمات العمل الصحفى والإعلامى من قلب المطبخ الصحفى ، والتى تبدأ من الموقف المنحاز للصحيفة أو المحرر أو المراسل إلى العلاقات الداخلية بين الرئيس والمرءوس ، وقد تتعدى ذلك إلى أزمة فى العلاقة بين الحكومة والمؤسسة الإعلامية والصحفية ذاتها ، وهو ما حدث بصورة واضحة فى الحرب ضد العراق .

ومن يتأمل الخريطة الصحفية فى أوروبا وأمريكا ، يدرك أن الفوارق الحقيقية ليست بين مختلف التيارات والمدارس الصحفية ، بقدر ما هى بين شرائح وتخصصات الصحفيين أنفسهم ، بصرف النظر عن نوعيات الصحف التى يعملون لها . ولكى لا يقعوا بين مطرقة أخلاقيات العمل الصحفى ومتطلبات السياسة وحتمياتها ، هرع الصحفيون فى دول أوروبا وأمريكا ، على اختلاف تخصصاتهم وشرائحهم ، لإنشاء جماعات وجمعيات ونقابات وأندية لكل شريحة وتخصص فى العمل الصحفى . فهناك جمعية لمندوبى الأخبار ، وتجمع لرؤساء التحرير ، وناد لكبار الكتاب من الصحفيين ، ورابطة للمصورين أو منسقى الصفحات ... الخ .

ولا تعمل هذه التجمعات فى الدفاع عن الحقوق النقابية فحسب ، بل تسعى أيضًا لتقديم أنواع مختلفة من الدعم للعاملين فى الصحافة كجزء من صلاحيات المجتمع المدنى الذى من حقه أن يطلع على مجريات الأمور : أسبابها ونتائجها ، وأن يطالب بوضع حد للفساد الذى تكشفه الصحافة .

وهى الجمعيات أو التجمعات التى انتشرت على المستويين : المحلى والإقليمى وربما الدولى أيضًا حيث توجد مثلاً جماعة صحفيى البيئة أو صحفيى العلوم البريطانيين ، كما توجد نفس الجماعة على مستوى الاتحاد الأوروبى أو على مستوى دول الكومنولث ثم على المستوى الدولى . وهذا بالإضافة إلى المؤسسات التى تقدم المنح الوقفية بهدف دعم قاعدة أخلاقية من العمل الصحفى مثل حرية الصحافة أو حقوق الصحفى أو الالتزام بقيم المهنة ومصداقيتها ... الخ ، وذلك من خلال مبلغ من المال يوقفه أحد الأثرياء لهذا العمل ، لعل اسمه يخلد بين الذين دافعوا عن شرف الكلمة . ومع ذلك فإن جهود هذه الجمعيات أو التجمعات هى فى جوهرها أهلية وربما فردية فى بعض الحالات وغير منتظمة بالقدر الكافى لأن ميزانياتها لا تشكل قوة دفع مضمونة فى كل وقت ، ولذلك فإن أثرها يبدو هامشيًا أو هزيلاً ، لأن أباطرة الصحافة من أمثال روبرت ميردوخ ، الذين يملكون الميزانيات الأسطورية ، غير متحمسين لمثل هذه التوجهات والأنشطة ، لأن أهدافهم تجارية واقتصادية فى الأساس ، أما المثل الإنسانية فهى فى نظرهم مجرد أوهام كفيلة بتبديد الوقت والجهد والمال .

وفى الولايات المتحدة لا تنقسم الجمعيات الصحفية حسب تخصصات الصحفيين فحسب ، بل أيضًا حسب أصولهم العرقية . فمثلاً هناك جمعيات للصحفيين السود ، والعرب ، والأوكرانيين وغيرهم ، وهى جمعيات استطاعت ترسيخ قيم ضرورية مثل احترام حقوق الأقليات ومحاربة المفاهيم السلبية عن هذه الأعراق ، كما أنها تعمل لإجبار مؤسسات الدولة على تنفيذ أحكام الدستور

وتشريعاته . وقد استطاع الصحفيون ، من خلالها تطوير التشريعات والممارسات الديمقراطية فى دولهم ، مما منحهم حرية أكبر فى كشف الأمور والأوضاع على حقيقتها أمام قرائهم . ولولا هذه الجماعات ما كان لبعض الهيئات الإعلامية والمؤسسات الصحفية الكبرى أن تقف فى مواجهة حكوماتها لحماية حقوق المواطن أولاً ثم لحماية قيم العمل وحرية التعبير ثانيًا . وعلى سبيل المثال ، كانت الحرب الأنجلو - أمريكية ضد العراق ، حتى قبل أن تبدأ ، مثارًا لجدل واسع فى الأوساط الصحفية فى العالم ، ووقع الصحفيون فى براثن هذا الأتون من الاختلافات السياسية والصراعات الأيديولوجية التى انعكست بالفعل على التغطية الإعلامية للحرب . ولم تنته مهمة الصحفيين بعد أن انتهت الحرب ، بل بدأت عملية المتابعة والتى أصبحت نوعًا من الملاحقة لأخطاء الحكومة أثناء الحرب .

وتواصلت تداعيات الحرب على العراق . ففى صحيفة «نيويورك تايمز» مثلاً، قامت الدنيا ولم تقعد قبل أن يقدم رئيس التحرير ومدير التحرير التنفيذى استقالتيهما ، بعد أن ثبت أنهما قاما بنشر عدد من الموضوعات لأحد الصحفيين من خارج الصحيفة عن حرب العراق ، بها الكثير من الاختلاقات والتلفيقات والمعلومات المزيفة . وقد تمسك رئيس مجلس إدارة المؤسسة الصحفية الكبرى آرثر سولزبرجر بكل من هاويل وارينز وجيرالد بويد ، بحكم أنهما مسئولا الصحيفة اللذان حققا فى عهدهما إنجازات كبيرة للمؤسسة الصحفية ، ورفض بالتالى قبول استقالتيهما بعد ارتكابهما هذا الخطأ الذى لا يليق بصحيفة محافظة وعريقة ومحترمة مثل «نيويورك تايمز» .

لكن كثيرًا ما تصدر عن المطبخ الصحفى روائح تزكم الأنوف ، حتى لو كان مطبخ صحيفة كبرى مثل «نيويورك تايمز» . فقد بلغت أسماع سولزبرجر شكوى الصحفيين من الأسلوب الفردى المتعجرف لإدارتهما شئون الصحيفة ، وخوف الكثير من الصحفيين من البطش بهم إذا ما عارضوا الرئيسين ، وتفضيلهما لبعض

الصحفيين دون غيرهم لأسباب غير مهنية . ولم يجد سولزبرجر مناصًا فى النهاية من قبول استقالتيهما ، برغم أنهما ليس من كبار صحفييه فحسب ، بل أيضًا من كبار الصحفيين الأمريكيين . لكن المشكلة لم تنته دون صخب لأن جيرالد بويد ليس صحفيًا فحسب ، بل إنه الصحفى الأسود الوحيد فى أمريكا الذى وصل إلى هذا المنصب ، والذى كان المحرك والموجه والمنظم لجهد أكثر من ١٣٠ صحفيًا فى «نيويورك تايمز» طوال ثلاث سنوات ، يعملون فى طول البلاد وعرضها لتغطية موضوع العنصرية وحقوق الأقليات فى أمريكا .

لكن الصحفيين السود كانوا من الذكاء والموضوعية بحيث تناولوا القضية بصفتها قضيتهم وليست قضية شخص هو جيرالد بويد . لذلك سارعت كل جماعات الصحفيين السود ، وعدد من صحفيى الأقليات فى جماعات رؤساء التحرير ، وحتى بعض الصحفيين البيض فى جماعات الكتاب الصحفيين والجماعات المهتمة بالدفاع عن حقوق الأقليات ، ليس للدفاع عنه لكن لترسيخ مبدأ مهم ، وهو أن موقف بويد لا ينبغى أن يدفع ثمنه غيره من الصحفيين السود أو صحفيى الأقليات . ويجب ألا يكون ما حدث حجة لتضييق مجال الترقى للصحفيين من أصل أفريقى ، والأخطر من ذلك ، تجاهل النسبة التى يحددها الدستور الأمريكى لعمل الأقليات فى المؤسسات الأمريكية ، ذلك أن نسبة الأقليات فى المجتمع الأمريكى تصل إلى أكثر من ٣١٪ فى حين أنهم لا يمثلون سوى ٥,١٢٪ فى المؤسسات الصحفية .

هذه مجرد نماذج من الصراعات التى لا تهدأ على أرض الواقع الصحفى فى مختلف أنحاء العالم . وبرغم أنه واقع معتم وكئيب فى حالات كثيرة ، فإن فيه ومضات من عالم المثال ، تؤكد أنه لا يزال هناك من الصحفيين من هو على استعداد لكى يضع روحه على كفه ثمنًا لبحثه عن الحقيقة أينما كانت . وللأسف فإن الصحافة نفسها لا تركز أضواءها الفاحصة على شهدائها الذين بذلوا حياتهم

فداءً لمثلها وقيمها ومبادئها التى أهدرت كثيرًا ، وإن كان يوم الثالث من مايو من كل عام ، الذى حددته هيئة اليونسكو ، ليكون «اليوم العالمى لحرية الصحافة» مناسبة جليلة لذكر شهداء الصحافة فى شتى أرجاء المعمورة ، لكنه ليس كافيًا للاعتراف بفضل شهداء حرية الإنسان على الإنسانية جمعاء ، ذلك أن فضلهم لا يقل عن فضل شهداء حرية الوطن فى ميادين المعارك والحروب .

كانت الحقيقة بكل جوانبها وأعماقها وأبعادها التى يتحتم البحث عنها وكشفها بكل الوسائل الممكنة ، بمثابة الهدف الأول للعديد من الصحفيين الذين بذلوا أرواحهم فداء لهذه القيمة السامية النبيلة . وقد شهد عام ٢٠٠٢ من الملاحم والبطولات ما يعجز القلم عن وصفه ، بطولات دفعت مدير عام اليونسكو إلى توجيه التحية والتبجيل فى الثالث من مايو من ذلك العام إلى من وصفهم بـ «هؤلاء الصحفيين الذين يقودهم حرصهم على تقصى الحقيقة والمعلومة فى ظروف الحرب إلى ركوب المخاطر . ولابد أن نشيد بشجاعتهم فى مواجهة أخطار قد تودى بحياتهم ، وبإصرارهم العنيد على ملاحقة الحقائق ، كما نحيى السلوك المهنى الذى يدفعهم فى سعيهم إلى اختراق الضباب المحيط بالحرب» .

وقد كانت الرغبة فى حماية الصحفيين ، وتنامى الهجمات الشرسة ضدهم ، دافعًا لأن يخصص اليونسكو احتفالات عام ٢٠٠٣ «باليوم العالمى لحرية الصحافة» ، لموضوع «الحصانة والافلات من العقوبة» اللتين غالبًا ما يحظى بهما غالبية من يحصدون أرواح الصحفيين فى أنحاء العالم . وكانت الاحتفالات قد عقدت فى كينجستون بجامايكا ، وألقيت فيها الكلمات والأبحاث التى دارت حولها المناقشات التى انتهت بتوصيات أكدت على أن الظروف الصعبة التى يمر بها الصحفيون وتهدد حياتهم ، تمنحهم إمتيازات بل حقوقًا بدهية تتمثل فى أنواع متعددة من الحصانة والإفلات من العقوبة ، فلابد من حصولهم على ضمانات فى مقابل مواجهتهم لأخطار مهنتهم .

وقد اتضح لجميع المشاركين فى الاحتفالات أن عام ٢٠٠٢ لم يشهد تحسنًا ملموسًا فيما يتعلق بحرية الصحافة على المستوى العالمى ، بل يبدو أنه يسير من سيىء إلى أسوأ . ولم يكن التصريح الصادر عن أعضاء اليونسكو مبالغًا فيه ، فقد أشار تقرير المعهد الدولى للصحافة إلى مصرع ٥٤ صحفيًا فى عام ٢٠٠٢ ، منهم ١٥ صحفيًا تم قتلهم فى كولومبيا وحدها ، و ٨ فى روسيا ، و ٤ على يد القوات الاسرائيلية فى مناطق السلطة الفلسطينية ، وصحفى واحد فى كل من الهند والمكسيك ونيبال والفلبين ، أما الباقون فقد قتلوا فى ١١ دولة مختلفة . وفى هذا العالم الذى يسوده الاضطراب والقلق والجريمة بأنواعها المختلفة ، تم ترشيح الأمريكتين لتكونا أكثر المناطق خطورة فيما يتعلق بعمل الصحفيين حيث قتل بهما ٢٢ صحفيًا خلال ٢٠٠٢ من إجمالى ٥٤ صحفيًا قتلوا فى جميع أنحاء العالم.

أما أوروبا المتقدمة فكان نصيبها جثث ١٠ صحفيين ، وكان مصرع أغلبهم راجعًا إلى اصرارهم على كشف حقائق حول الفساد والجريمة المنظمة . أما الشرق الأوسط وشمال أفريقيا فقد سقط فيهما ٧ صحفيين منهم ٤ فى الأراضى المحتلة على يد القوات الاسرائيلية فى حين سقط صحفى فرنسى فى الكويت عندما دهسته دبابة أمريكية . أما فى آسيا فقد لقى ١٣ صحفيًا مصرعهم ، فى حين اختلف الوضع فى أفريقيا جنوب الصحراء وهى المنطقة التى لم يقتل فيها سوى صحفيين فقط خلال عام ٢٠٠٢ ، إذا ما قورنت بعام ١٩٩٩ الذى قتل فيه ١٩ صحفيًا . وطبقًا لإحصائيات المنظمات المعنية ، فإن عدد القتلى من الصحفيين بين عامى ١٩٩٢ و ٢٠٠٢ ، بلغ ٥٢٣ صحفيًا ، بينهم ٣٧٤ صحفيًا قتلوا عنوة ، منهم ١٢٨ قتلوا لآرائهم السياسية ، و ٦٧ لكشفهم قضايا فساد ، و ١٧٩ نتيجة عملهم فى مناطق قتال وصراعات برغم إبراز هويتهم كصحفيين .

ويبدو أن قوائم شهداء الصحافة وضحاياها آخذة فى الارتفاع عامًا بعد عام، لأن هذه القوائم زادت فى عام ٢٠٠٣ على العام السابق . وهو مادلت عليه حصيلة

القتلى من الصحفيين ما بين يناير ٢٠٠٣ وحتى نهاية أبريل ٢٠٠٣ ، والتى بلغت ٢٣ صحفيًا . فمثلاً فى أثناء الحرب ضد العراق سقط ١٤ صحفيًا نتيجة لاعتداءات مباشرة من جانب القوات المتصارعة . وثارت الأقاويل كثيرًا عندما ثبت أن الجانب الأكبر سقط نتيجة نيران قوات التحالف ، وخاصة تلك التى حصدت ٥ من الصحفيين كانوا موجودين بمقار عملهم فى فندق فلسطين فى قلب بغداد . فقد أدركت جميع الأطراف المعنية أن الحرب الحديثة أصبحت حربًا إعلامية من الطراز الأول ، لدرجة أن الإعلام يمكن أن يؤثر فى تحولاتها ، خاصة إذا استخدم حيل الدعاية ، والإيحاءات المباشرة وغير المباشرة ، والضغوط النفسية ، وغير ذلك من الأساليب التى يمكن أن تصل إلى درجة غسيل المخ الجمعى . ولذلك وجدت بعض الأطراف المعنية أن أفضل وسيلة لإضعاف هذه الطاقات والقوى المؤثرة ، تكمن فى التخلص من الصحفيين الذين يجيدون توظيفها بتصفيتهم جسديًا ، وهو ما تفوقت فيه القوات الاسرائيلية دون حرج أو تردد أمام العالم أجمع .

فقد أدرك صانع القرار فى اسرائيل مدى أهمية الصحافة والإعلام كعنصر فعال وحيوى للغاية من عناصر تحقيق أهداف أسرائيل غير المشروعة فى الضفة الغربية وقطاع غزة بل وفى الشرق الأوسط والعالم بأسره . ولم يكن رئيس الوزراء الاسرائيلى أرييل شارون مبالغًا عندما أعلن لقواته وشعبه ولأتباع الحركة الصهيونية العالمية تلك الحقيقة بقوله : «إن ٨٠٪ أو ٩٠٪ من انتصارنا فى هذا الصراع يعتمد على أثر الإعلام» . وهو أثر تتضاءل أمامه كل الآثار التى كانت تحدثها الصحافة الصفراء التقليدية بحيلها وخدعها وألاعيبها فى الكذب والتلفيق والاختلاق وتزييف الحقائق فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل العشرين . ذلك أن الإعلام والصحافة بصفة عامة ، وفى زمن الحرب بصفة خاصة ، هما المدرسة الحقيقية التى يتعلم فيها الصحفيون والإعلاميون كل الحيل والخدع والألاعيب فى مجال

الدعاية السياسية والعسكرية والاقتصادية ، والتى أرسى قواعدها الأولى جوبلز وزير دعاية هتلر .

من هنا كان الشعار الذى رفعه شارون بأنه يخوض حربًا إعلامية من الطراز الأول ، وبها سوف يحقق انتصاره الحاسم . ولذلك لم تتوان القوات الاسرائيلية عن اعتداءاتها المستمرة والمتصاعدة على الصحفيين وحرية الصحافة والإعلام فى المناطق المحتلة ، بل وفى داخل إسرائيل ذاتها . ويبدو أن هذا التوجه العدوانى الصريح كان دافعًا رئيسيًا لأن تمنح هيئة اليونسكو جائزتها العالمية لحرية الصحافة لعام ٢٠٠٢ ، والتى تقدر قيمتها المادية بـ ٢٥ ألف دولار ، للصحفية الاسرائيلية عميرة هاس ، عندما لمست منها وفاء وشجاعة غير معتادتين فى مجال العمل الصحفى ، ومحاولات متواصلة لتعرية ما ترتكبه القوات الاسرائيلية من فظائع داخل الأراضى العربية المحتلة فى غزة والضفة الغربية . وبرغم أن اسرائيل لا تسأم من التباهى بالديمقراطية وحرية الرأى ، لدرجة أن الصحافة الغربية تطلق عليها لقب «واحة الديمقراطية فى الشرق الأوسط» ، فإن عميرة هاس تعرضت للعديد من الضغوط والتهديدات نتيجة لمواقفها الموضوعية ، ليس لأنها تميل إلى الفلسطينيين ضد مواطنيها الاسرائيليين ، ولكن لأنها ترى فى العمل الصحفى بحثًا عن الحقيقة أينما كانت . فقد واصلت ارسال تقارير تكشف ما يعانيه الفلسطينيون فى حياتهم اليومية من صعوبات ومعاناة على يد قوات الاحتلال الاسرائيلية .

ومع ذلك ليس هناك وجه للمقارنة بين المعاناة التى تعرضت لها الصحفية الاسرائيلية بطول ما يقرب من عشر سنوات ، وبين الصحفيين الذين أزهقت أرواحهم القوات الإسرائيلية فى أراضى السلطة الفلسطينية ، تطبيقًا لتعليمات الحكومة الإسرائيلية التى تنص على إعاقة كافة الأنشطة الإعلامية التى تسعى إلى أن تنقل بموضوعية ما ترتكبه القوات الإسرائيلية . وهى التعليمات التى طبقت بوحشية فى ضرب البنى الأساسية الإعلامية فى مناطق السلطة الفلسطينية ،

واستهداف أرواح عدد من الصحفيين العاملين فى تلك المناطق ممن يؤمنون بضرورة نقل الحقائق كاملة إلى العالم الخارجى كى يرى الوجه الحقيقى لإسرائيل .

هذا هو المثال عندما يتوهج فى عالم الصحافة بأرواح شهدائها ، بين طيات واقع كئيب هو فى حقيقته مرآة لعالم لا يعرف سوى الصراع والتدمير والقتل والتخريب والتخلف . وتعانى الصحافة فى الدول النامية أو المتخلفة أضعاف ما تعانيه فى الدول المتقدمة أو الغنية ، بحيث لا تعانى من قضايا هى من باب الرفاهية الفكرية مثل المناظرة التى لا تتوقف بين الصحف الشهيرة بالمحافظة وتلك الشهيرة بالصفراء ، ذلك أن وجودها نفسه مهدد بل ومشكوك فيه . ولعل قارة أفريقيا نموذج واضح على الكابوس الجاثم على أنفاس الصحافة الوطنية ، سواء من داخل القارة أو خارجها ..وهو نموذج ينطبق أيضًا على الصحافة الوطنية فى بعض مناطق العالم سواء فى آسيا أو أمريكا اللاتينية بحكم أنها تمر بظروف سياسية واقتصادية وعرقية وقبلية وعنصرية ... الخ مشابهة لتلك الظروف الراسخة فى التربة الأفريقية .

ففى عام ٢٠٠٠ ، عقد مؤتمر لبحث المشكلات والعوائق التى تواجه الصحافة الأفريقية فى مناطق جنوب الصحراء ، وفيه وقف رئيس تحرير صحيفة زيمبابوية لكى يلخص أزمة هذه الصحافة فى جملة بليغة حين قال : «إن الأزمة تكمن فى أن بعض الحكومات فى القارة عندما تنظر فى مرآة الصحافة وتفاجأ بصورتها قبيحة ، فإنها تحطم تلك المرآة بدلاً من أن تقوم بمحاولة إصلاح صورتها هى» . وذلك يعنى أن صحافة هذه الدول الأفريقية واقعة بين شقى الرحى : الشق الأول فى علاقتها الشائكة بحكومات هذه الدول ، والشق الثانى فى علاقتها الحرجة بالرأى العام . وعلى الرغم من أن السنوات الأخيرة فى القرن العشرين والأولى فى الواحد والعشرين ، شهدت تغيرات إيجابية فى مجال حريةالصحافة الأفريقية ، إلا أن مشكلات عديدة أخرى مازالت قائمة وتتطلب بحثًا مضنيًا لحلها ولو جزئيًا .

ولم يكن للصحافة الأفريقية فضل فى التغيرات الإيجابية التى جرت على أرض القارة ، لأنها جاءت ضمن تغيرات إيجابية أخرى أكثر عمومية ، وأثرت فى معظم الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية فى حياة شعوبها . من هذه التغيرات سقوط نظام الحكم العنصرى فى جنوب أفريقيا ، وبداية نظام ديمقراطى جديد عام ١٩٩٤. كذلك فإن من هذه التحولات المهمة ، إنشاء الاتحاد الأفريقى لكى يخلف منظمة الوحدة الأفريقية ، لدعم العمل الجماعى الأفريقى من خلال الأجهزة والآليات التى واكبت قيام الاتحاد ، وزيادة تفعيل تلك التى ورثها عن المنظمة ، وإن كانت بعض الصحف الأفريقية لم تتفاءل بقيام هذا الاتحاد ، واعتبرت أن التغيير الوحيد الملموس هو فى تغيير الاسم من منظمة إلى اتحاد لأن العوائق لم تتغير وكذلك الشعوب . وفى نفس الإطار الساعى لزيادة العمل الجماعى الأفريقى ، جاءت مبادرة شراكة لتنمية أفريقيا (النيباد) لوضع آلية للتعاون والتنمية الاقتصادية لدول القارة .

أما بالنسبة للحروب التى سرت كالنار فى الهشيم فى بعض دول القارة ، فقد توقفت أو تراجعت أو استنفدت طاقاتها . ففى أنجولا توقفت الحرب التى نهشتها زهاء ثلاثين عامًا ، كما استنفدت طاقاتها فى رواندا وبوروندى ، وتباعدت فترات تأججها فى الكونغو الديمقراطية وكوت ديفوار وسيراليون والقرن الأفريقى . ومع هبوب هذه الرياح التى غيرت من أوضاع القارة الأفريقية وظروف شعوبها ، فقد كان من الطبيعى أن يكون الصحفيون فى مقدمة الذين تأثروا بهذا الواقع الجديد . وخاصة أنه يفترض فيهم ألا يقتصروا على أن يتعاملوا مع هذه المتغيرات بالنقل والشرح والنقد فى بعض الأحايين للرأى العام فحسب ، وإنما يتحتم عليهم أن يكونوا أداة مؤثرة وفاعلة لتطوير هذه المتغيرات الإيجابية ، وتقليص حجم العوامل السلبية بقدر الإمكان ، خاصة فى مجال نصرة حرية الصحافة فى أية دولة من دول القارة تتعرض لاعتداءات عليها من جانب السلطة . وهو المبدأ الذى استنته

الصحافة الصفراء منذ ظهورها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر ، والذى ينادى بما اسمته «صحافة الفعل أو العمل» وليست «صحافة الروى أو السرد» ، فالصحفى أو المحرر أو المخبر مشارك فى صنع الأحداث والأخبار بطريقة أو بأخرى وليس مجرد ناقل لها . وقد أصبح هذا التوجه الذى ابتكرته الصحافة الصفراء ، تقليدًا شائعًا لدى معظم صحف العالم ، سواء تلك التى تؤمن به نظريًا أو التى تطبقه عمليًا ، وعددها قليل لأنه يحتاج إلى إمكانات مادية ونفسية لا تتوافر إلا لصحف كبيرة وجريئة ورائدة .

ومن الواضح أنه من أهم مسئوليات الصحافة الأفريقية فى ظل المتغيرات الجديدة هو أن تصبح لها القدرة على أن تنقل الحدث الأفريقى ، سواء عبر دول القارة بعضها البعض من ناحية ، ومن القارة إلى خارجها من ناحية أخرى ، بحيث تنقل دول القارة وجهة نظرها ، وتعرف العالم بقدراتها وطاقاتها ، بدلاً من الاعتماد بشكل شبه كامل على وسائل الإعلام الغربية التى يمكنها التلاعب بالمادة العلمية وإعادة صياغتها طبقًا لأهدافها الخاصة بها ، والتى غالبًا ما تكون خفية ودفينة وخبيثة . وفى قارتى آسيا وأمريكا اللاتينية تعانى دول عديدة من هذه الإشكالية مع اختلافات هامشية تبعًا لظروف كل منها ، ذلك أن مشكلات وقضايا العالم النامى أو المتخلف تكاد تكون واحدة برغم المسافات الشاسعة فيما بين دوله .

وكانت هذه القضية أول بند فى جدول أعمال المؤتمر الأول للمحررين الصحفيين الأفارقة الذى عقد فى ضاحية ميد راند خارج مدينة جوهانسبرج فى أبريل ٢٠٠٣ . فقد تناول هذا البند ماوصف بالصحفيين الغربيين الهابطين بالمظلات على مناطق الصراع فى أفريقيا لتغطية حروب وانقلابات وأزمات لفترات محدودة قبل أن يقلعوا من تلك المناطق إلى مناطق أخرى فى القارة للقيام بنفس النوعية من المهام الصحفية . وقد طرح هذا البند مشكلة تتمثل فى أن بعضًا من هؤلاء الصحفيين يتناولون فى كثير من الأحايين ، تلك الأزمات والصراعات

بشكل سطحى للغاية لا يلم بكل جوانب القضية المطروحة للتغطية الصحفية . وفى بعض الحالات يقدمون صورة غير صحيحة لتلك الأزمات والصراعات إلى العالم الخارجى الذى لايدرك - عندئذ - حقيقتها ، مما قد يؤدى إلى المزيد من تعقيد هذه الصراعات بدلاً من المساهمة فى حلها . وفى هذا الصدد قال ماتاتا تسودو رئيس رابطة المحررين الصحفيين الأفارقة الجنوبيين ورئيس منتدى الصحفيين الأفارقة :

«يجب فى البداية أن نؤكد أن الصورة التقليدية للصراعات فى أفريقيا ليست من صنع وسائل الإعلام ، وإنما هى واقع سابق على هذا النشاط الصحفى ، إلا أنه فى الوقت نفسه يجب التأكيد على وجود تحيز غربى تاريخى منذ العصر الإمبريالى، ولذلك يصور أفريقيا كلها من هذا المنظور لترسيخ المعنى القديم الذى يصر على أنها ستظل قارة مظلمة . إن السبيل الوحيد لكى تعكس القارة قضاياها من منطلق أفريقى ، يتمثل فى تأسيس وسيلة أفريقية إعلامية على غرار شبكة C N N ، ويجب أن تمولها الحكومات الأفريقية ، ليس من المنطلق الخاطئ الذى يصور أنها أموال هذه الحكومات ، ذلك أنها أموال الشعوب الأفريقية وبالتالى تستهدف خدمة هذه الشعوب ، وليس دعم حكوماتها للبقاء فى السلطة . فالحكومة هى مجرد إدارة منتخبة من الشعب لتوظيف أمواله فيما ينفعه ، وليست مالكة لهذه الأموال بأية صورة من الصور» .

وقد تناولت الكلمات التى ألقيت فى المؤتمر ، الجوانب والقضايا والمشكلات المتعددة للصحافة الأفريقية ، بموضوعية تحليلية تضع النقط على الحروف . ومن هذا المنطلق قال الإعلامى والصحفى الجنوب أفريقى سيريل مادلالا :

«من العبث أن نظن أن وسائل الإعلام فى الغرب ستكتب عن التنمية فى أفريقيا أو تقدم صورة إيجابية عن القارة . ذلك أن هذه الوسائل لديها جدول أعمال خاص بها ، وهو الأمر الذى يحتم علينا نحن الأفارقة أن ننهض بهذا العبء بدلاً من ذلك الميل التقليدى لانتظار الآخرين من أن يقوموا بمهمة ليست فى

أذهانهم من الأساس ، وإذا أصبحت محل اهتمامهم فذلك من وجهة نظرهم الخاصة ومصلحتهم الذاتية . ومن الطبيعى أن تؤثر خلفية الصحفى فى كتاباته ، وتحدد اتجاهاتها ، وبالتالى يجب ألا تقتصر صورة القارة لدى الصحفى الأفريقى على أنها حروب قبلية وانقلابات عسكرية وإلا رسخ بذلك نفس الصورة التى تقدمها صحافة الغرب ، ولذلك يجب عليه أن يقدم صورًا ونواحى أخرى من التطور والتقدم ، وهو الأمر الذى نادرًا ما يتوافر لدى الصحفى الأجنبى» .

ولم تقتصر مناقشة قضايا الصحافة الأفريقية على رجال الصحافة والإعلام فحسب ، بل إن تابو مبيكى رئيس دولة جنوب أفريقيا حرص على أن يحضر بنفسه الجلسة الافتتاحية لهذا المؤتمر الأول للمحررين الصحفيين الأفارقة لإثراء المناقشات الجادة التى شهدها . وبالفعل أثار قضية تسطيح التغطية الصحفية للصراعات فى أفريقيا ، والجهل أحيانًا بخلفياتها المعقدة ، بحكم أنها ليست قاصرة على بعض الصحفيين الغربيين فقط ممن وصفوا بالصحفيين الهابطين بالمظلات على مناطق الصراع فى أفريقيا ، بل تمتد لتشمل الصحفيين الأفارقة الذين يجب تثقيفهم مهنيًا بقضايا قارتهم . وانتقد مبيكى وسائل الإعلام فى أفريقيا عندما أضاف قائلاً إنها فى أحايين كثيرة لا تعى قضايا قارتها لدرجة أنها قد تقع فى أخطاء تثير الحرج .

ودون أن يقصد أعضاء المؤتمر ، فإنهم لمسوا فى مناقشاتهم خطوط التماس الحرجة بين الصحافة التقليدية المحافظة والصحافة الصفراء الجريئة فيما يتصل بالضغوط أو القيود التى تحد من انطلاق الصحفى فى جمعه للمعلومات وقدرته على تغطية الموضوعات والقضايا المطروحة فى الساحة ، مما يجبره أحيانًا على تقديم مواد مبتسرة أو قصص خبرية مبتورة ، وربما لجأ إلى خياله لسد الثغرات التى تعتور صياغته . ولذلك نوه أعضاء المؤتمر إلى إنه من الصعب أحيانًا أن يتم تقديم الحقيقة بشكل كامل ومطلق ، فى إطار موضوع واحد ، وفى وسيلة إعلامية واحدة مهما علت درجة مصداقية تلك الوسيلة ، وذلك لأسباب عديدة فى مقدمتها : حدود

المساحة المتاحة فى الوسيلة الواحدة ، والتى تخضع أو تختصر لأسباب خارجة عن إرادة الصحفى أو الصحيفة نفسها ، مما يؤدى إلى إغفال بعض جوانب الموضوع أو القصة الخبرية التى تجرى تغطيتها . كذلك فإن ضغط عامل الوقت المحدود قبل النشر ، يضعف قدرة الصحفى نسبيًا على الإلمام بكل جوانب القضية أو الموضوع قيد البحث . وهناك أيضًا القيود التى تفرض أحيانًا من قبل الجهات المسئولة عن المعلومات التى يسعى الصحفى للحصول عليها ، إذ إنها يمكن أن تتيح بيانات ومعلومات بعينها دون الأخرى طبقًا لأهداف خفية خاصة بها .

وإذا استبعدنا وجود نيات مسبقة لدى الصحفى تجاه الموضوع قيد البحث ، فإن الحقيقة المنشودة تتمثل فى كم المعلومات المدققة والموثقة المتاحة أمام الصحفى، والتى يمكن أن تستوعبها المساحة المتاحة للنشر ، ولذلك فمن الصعب بل من المستحيل الحصول على الحقيقة كاملة ، مما يتطلب من القارئ جهدًا فى التقاط معلومات أخرى عن الحقيقة أو الموضوع نفسه من مصادر أو وسائل إعلامية أخرى، أو قد يضطر إلى سد الفراغات الطارئة فى الموضوع باستنباطات من بنات أفكاره ، وهى استنباطات قد تصيب وقد تخيب . هذا إذا كان حريصًا على أن يكون لنفسه صورة شبه متكاملة ، وخالية من الثغرات بقدر الإمكان عما يدور فى عالمه المعاصر.

ونظرًا لأن الصحافة مهنة شائكة بل وخطرة ، فإن للصحفيين عذرهم فى أحايين كثيرة عندما يعجزون عن اقتناص الحقيقة برمتها . وكثيرًا ماغاب ضمان عدم تعرض الصحفيين للمضايقات التى تبدأ بالتضييق عليهم فى عملهم ، وتتواصل بل وتتصاعد بالملاحقات القضائية والاعتقال ، ويمكن أن تصل أحيانًا إلى القتل أو الاختطاف أو الإخفاء . وهو الأمر الذى شهدته وتشهده بعض دول العالم الثالث ، وأفريقيا فى القلب منه . ولذلك فإنه من المهم أن تتم التفرقة بين تعمد الصحفى تغيير الحقيقة، وهو ما يعد نادر الحدوث نسبيًا ويستوجب العقاب إذا ثبتت التهمة عليه ، وبين تأثره اللاواعى بتوجهات ورواسب كامنة فى تكوينه

الثقافى أو الفكرى أو الأيديولوجى. لكن هناك مآخذ على الصحفيين بصفة عامة عندما يكونون متأثرين بقوالب وأفكار مسبقة عن القضايا التى يقومون بتحقيقها ، والتى تؤثر على رؤيتهم للأحداث ، وبالتالى على الزوايا التى يركزون عليها فى التغطية لدرجة أن الأمر قد يصل إلى أن تكون القصة الخبرية مكتوبة فى ذهن بعضهم إزاء قضايا معينة من قبل أن يصلوا إلى موقع الحدث . وفى كثير من الأحايين يصعب التخلص من تأثير الخلفيات الثقافية والمعلوماتية على عدد كبير من الصحفيين ، وإن كان الأمل معقودًا على حل هذه المعضلة بتدريب الصحفى على التجرد بقدر الإمكان من الرواسب والخلفيات والقوالب المسبقة قبل البدء فى التغطية الصحفية .

وكان أعضاء المؤتمر الأول للمحررين الصحفيين الأفارقة فى أبريل ٢٠٠٣ واعين تمامًا بالضغوط التى يمارسها الواقع الأفريقى على الصحفيين ، لكنهم لم يصابوا بالإحباط فى بحثهم عن مثال حضارى يمكن أن تجسده آليات أو مؤسسات أو بنيات يمكن أن ترسخه فى أرض هذا الواقع . ولعل هذه القضية المصيرية وغيرها كانت وراء الدعوة لتأسيس منتدى للمحررين الأفارقة ، يكون من صلاحياته أن يراقب انتهاكات حرية الصحافة والصحفيين فى القارة . كذلك أكد المؤتمر على أنه فى الوقت الذى تزداد فيه حاجة القارة الأفريقية للتكامل من خلال الاتحاد الأفريقى ، ومبادرة الشراكة لتنمية القارة (نيباد) ، فإن ما يحدث للصحافة فى أية دولة أفريقية ، سلبًا أو إيجابًا ، لا يؤثر على الرأى العام فى مثل هذه الدولة فقط ، وإنما يؤثر بالتالى على الرأى العام فى بقية دول القارة . كما لابد أن توضع فى الاعتبار ضرورة ألا تتعامل مبادرة النيباد مع حرية الصحافة على أساس أنها مجرد وسيلة لجلب الاستثمار الأجنبى للقارة ، فهى غاية يجب أن تطلب لذاتها فى الوقت نفسه . ومن هنا كانت مطالبة المؤتمر بوضع ميثاق أفريقى للعمل الصحفى لتقنين مصطلحات مثل حرية التعبير (المسئولة) التى وصفت بالتميع أو الغموض،

بما يمكن بعض الأنظمة الشمولية من كبت حرية التعبير . وكانت لجنة حقوق الإنسان التابعة للاتحاد الأفريقى قد أصدرت فى أكتوبر ٢٠٠٢ إعلانًا لمبادئ حرية التعبير ، نص على أن حرية التعبير هى حجز الزاوية للديمقراطية وحقوق الإنسان ، وعلى ضرورة رفض القوانين التى تكبت الحرية ، إلا فى الحالات التى يتعرض فيها الأمن القومى للخطر نتيجة لممارسة هذه الحرية .

لكن تظل العبرة بتطبيق هذه المثل على أرض الواقع ، وليست بالتنظير المتقن لها ، ذلك أن الواقع المادى الملموس فى النهاية هو المعيار الذى لا يمكن تجاهله . ويشترك المثال والواقع فى التأكيد على أن حرية الصحافة ليست من اختصاص الصحفيين الجادين ووسائل إعلامهم فحسب ، وإنما هى حق أصيل من حقوق الرأى العام ، ليس لمجرد الحصول على المعرفة فى حد ذاتها ، وإنما بصفتها الوسيلة التى لا غنى عنها للمشاركة بفاعلية وإيجابية فى بناء الأوطان ولتحقيق حياة أفضل . والدليل على ذلك أن أحدًا يطلب المتاعب التى تصل إلى حد أن يفقد حياته لأنه يهوى المتاعب والمخاطر بكل ما تنطوى عليه من إثارة وبحث عن عالم أفضل ، وإنما الهدف الأشمل يتمثل فى هذا العالم الأفضل الذى قد يعتبر خوض المتاعب والمخاطر مجرد وسيلة من وسائل السعى لتحقيقه . وقد يكون من باب الخير والبركة أن يتم هذا السعى بدون متاعب أو مخاطر بقدر الإمكان .

وكان المؤتمر الأول للمحررين الصحفيين الأفارقة فى أبريل ٢٠٠٣ مواكبًا للحرب ضد العراق . وكانت توصياته ومخاوفه وآماله وهواجسه كأنها تتنبأ بما يجرى أو بما سيجرى على أرض العراق ، بما يدل على أن ظروف الدول النامية أو المغلوبة على أمرها فى مواجهة الدول المتقدمة أو التى تملك القدرة على البطش والقهر واحدة ، خاصة تحت وطأة العولمة التى فرضت سطوة الأغنياء على الفقراء ، والأقوياء على الضعفاء . وبرغم أن الولايات المتحدة وبريطانيا وغيرهما من الدول التى شاركتهما احتلال العراق ، تدعى المصداقية الإعلامية المثالية بحكم أنها دول

ديمقراطية تؤمن بحرية التعبير ، فإنها مارست أرخص أنواع الدعاية والتلفيق والاختلاق والكذب والتزييف والألاعيب التى اتهمت الصحافة الصفراء بممارستها عند بداية ظهورها فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل العشرين . وهذا المنهج الخادع الذى يدخل بالآخرين فى متاهات جانبية وطرق مسدودة وحلقات مفرغة ، كان جاهزًا قبل غزو العراق للتطبيق بمجرد وقوعه . فلم يكن صحيحًا أن هدف الولايات المتحدة من حربها التى سعت أن تجعلها «دولية» ، هو اسقاط نظام صدام حسين أو نزع أسلحته للدمار الشامل ، كما روجت أبواقها الصحفية والدعائية من خلال كل أجهزتها الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية ، وبشتى اللغات ، وفى كل بقاع الأرض ، لأن هدفًا متواضعًا مثل هذا لا يحتاج إلى تعبئة كل هذه الحشود العسكرية فى المنطقة ، خاصة بعد أن أكدت لجان التفتيش الدولية أن العراق خال من أية أسلحة للدمار الشامل . كذلك كان من الممكن اسقاط صدام حسين بفرقة صغيرة فى زمن قصير بعد تكتيل خصومه وتوظيفهم ضده ، وهوالأسلوب الذى برعت فيه وكالة المخابرات الأمريكية منذ بداية الحرب الباردة . ولذلك فإن السلوك الأمريكى الأخير يدل على أن هناك هدفًا أكبر وأشمل وأخبث وأبعد مدى من كل الأهداف المعلنة .

من أجل الكشف عن هذا الهدف الدفين السرى وتعريته ، أصدر الكاتب الاستراتيجى الفرنسى جان جيزنيل كتابه «بوش ضد صدام» قبل غزو العراق بشهرين ، أى فى يناير ٢٠٠٣ ، ومنحه عنوانًا جانبيًا هو «العراق وصقور الحرب» ، لكى يوضح أن رحيل صدام حسين هو مجرد جزء أساسى من خطة شاملة تستهدف تغيير أو إعادة صياغة منطقة الشرق الأوسط ، بعد أن انتصرت أمريكا فى الحرب الباردة ، ثم فى حرب الخليج الثانية ، وأصبحت الفرصة متاحة أمامها لإضعاف سوريا ، والإلتفاف حول إيران ، لضمان الحدود الشمالية لإسرائيل . ولذلك كان اسقاط نظام صدام حسين ضرورة استراتيجية ، لأنه يحرص على

وجود عراق قوى ، يمثل خطورة بالغة لكل المصالح الأمريكية فى المنطقة ، سواء منه مباشرة أو من القوى التى يمكن أن يتحالف معها ويوظفها بطريقة غير مباشرة . ويجمع صقور وحمائم إدارة بوش الابن على أن الرئيسين الأمريكيين السابقين بيل كلينتون وجورج بوش الأب قد ارتكبا خطأ فادحًا لأنهما لم ينتهزا فرصة سقوط حائط برلين فى ٩ نوفمبر ١٩٨٩، ثم استطاعة القوات الأمريكية ومعها قوات التحالف أن تصل إلى قلب بغداد لإسقاط نظام صدام حسين بعد طرد قواته من الكويت وأسر أعداد كبيرة منهم عند نهاية حرب الخليج الثانية فى فبراير ١٩٩١، وذلك ليشرعا فى تأسيس إمبراطورية أمريكية مهيمنة على العالم أجمع ، أيديولوجيًا واقتصاديًا ، وثقافيًا . وهذه الإمبراطورية العملاقة أصبحت حلم الليل والنهار سواء لجورج بوش الابن أو الدائرة الضيقة للصقور المحيطة به فى الإدارة الأمريكية ، والذين حرصوا على اقناعه بأن بداية هذا الحلم يجب أن تنطلق من منطقة الشرق الأوسط عن طريق الحديد والنار لفرض وجهة النظر الأمريكية ، والبدء بالتخلص من صدام حسين فى أقرب وقت ممكن .

ويعرى كتاب «بوش ضد صدام» كيف استخدمت الإدارة الأمريكية أسوأ أساليب الصحافة الصفراء فى التزييف والخداع والكذب والاختلاق والتلفيق فى سعيها لإقامة إمبراطوريتها التى تحلم بها . فيسلط الضوء على ما يسميه بمنظمات تزييف الحقائق ، ويذكر أن هناك تواطؤًا بين الصحف وبين من يغذيها بالمعلومات ، ومعظمها صحف كبرى محافظة تعتز بمصداقيتها الراسخة بين القراء . ويقول المؤلف جان جيزنيل : «إن الأمر يصبح خطيرًا إذا قبلت الصحافة أن تكون أداة لسياسة معينة ، لأنها بهذا تقدم المعلومات حسبما تريد وتتمنى ، إلى حد يوقعها فى دائرة ما يعرف بالصحافة الصفراء» .

وتحت عيون بوش وصقوره ، لم يعد للصحافة القومية ، المحافظة ، المحترمة ، مهمة سوى ترويج الأكاذيب ، وعدم نشر الصور التى لا تسمح بها الإدارة . ويشير

الكتاب أيضًا إلى أن هناك مكتبًا ملحقًا بالبنتاجون ، يشرف عليه دونالد رامسفيلد وزير الدفاع بنفسه ، مهمته تزييف الحقائق وبثها فى الكوكب الأرضى قاطبة . وهناك وحدة تعرف باسم «وحدة التأثير الاستراتيجى» ، ميزانيتها عشرات الملايين من الدولارات . لقد وقعت عقدًا بحوالى ١٠٠ ألف دولار شهريًا ، مع شركة اتصال تعرف باسم «ريندون جروب» تعمل فى مواقع استثمارية لعدد من دول الخليج ، وتتعاون مع «وكالة المخابرات المركزية الأمريكية» والمعارضة العراقية معًا . وتتعامل هذه الشركة مع صحفيين وكتاب فى الشرق الأوسط ، والعالم العربى ، وآسيا ، وأوروبا ، فتعطيهم رسائل وتعليقات وتفسيرات على شكل تقارير صحفية ، وتمدهم بالمعلومات التى تتوافق مع أمنيات وأهداف الإدارة الأمريكية ، وتفصيل الخيارات الخاصة بالحرب والاستراتيجية الأمريكية فى بلادهم ، مقابل رواتب شهرية تصل إليهم بطرق خفية حتى لا يفتضح أمرهم ، ولضمان ولائهم وانحيازهم التام لكافة المشروعات الأمريكية . ولقد أثير حديث حول هذه الوحدة «وحدة التأثير الاستراتيجى» ، فصدر ما يؤكد أنها ألغيت ، لكن وزير الدفاع رامسفيلد عاد ليؤكد أن إلغاءها تم «على الورق» فقط ، لأنها ما تزال تمارس نشاطها الذى انشئت من أجله . وكانت صحيفة «لوس أنجيلوس تايمز» قد كشفت عن خطط احتكار المعلومات ، وإدارة المعلومات الموجهة إلى العامة ، والرقابة المفروضة من المصادر الصحفية ، والسيطرة على الرأى العام . وذكرت الصحيفة أن هناك رسائل إعلامية تهدف إلى ترويج المصالح الأمريكية فى الخارج لتجنب أى نوع من التضارب والصدام ، وأوضحت أن «وحدة التأثير الاستراتيجى» تقوم بتسريب معلومات معينة ومقصودة لكى تبتعلها الصحافة الأمريكية والعالمية لخدمة المصالح الأمريكية الاستراتيجية . لكن حرص «لوس أنجيلوس تايمز» على مثل المصداقية الصحفية وقيمها ، وكشفها لخدع وألاعيب «وحدة التأثير الاستراتيجى» ، لم يكن سوى شمعة فى مهب رياح التعتيم التى تثيرها الإدارة الأمريكية لإخفاء أهدافها فى فرض سطوتها على العالم المعاصر ، بكل الوسائل الممكنة ، سواء أكانت مشروعة

أم غير ذلك . وهى وسائل تفوقت على ألاعيب الصحافة الصفراء التى تعتبر «لعب أطفال» إذا ما قورنت بدهائها وخبثها وقوة دفعها وقدرتها على الانتشار والتشعب دون أن يستطيع أحد أن يتصدى لها .

وبحكم أن الواقع بكل ضغوطه وطاقاته كان سيد الموقف باستمرار فى مجال الصحافة والإعلام بصفة عامة ، فى حين كان المثال يبدو كومضات لا تلبث أن تبتلعها عتمة الواقع الثقيل ، فإن كفة الواقع كانت هى الراجحة دائمًا ، برغم إصرار الصحافة التقليدية أو المحافظة أو المحترمة على التشدق بالمثل الصحفية التى تدعى تمسكها بها دائمًا ولكن على المستوى النظرى ، فى حين ضربت الصحافة المسماة بالصفراء بجذورها فى الواقع ، واستطاعت بواقعيتها وصراحتها وجرأتها وقدرتها على المبادأة بل والمباغتة أن تضع الصحافة التقليدية فى مواقف وأزمات حرجة متتابعة ، خاصة فى مجال السبق الصحفى ، والتوزيع ، والإعلانات ، وبالتالى فى مجال التأثير الجماهيرى العميق والعريض . وعندما لم تفتر حمية الصحف الصفراء فى مواصلة السباق الذى أصبح محمومًا ، لم تجد معظم الصحف المحافظة وأجهزة الإعلام القومية بدا من الركوب على قمم هذه الأمواج المتدفقة والمتتابعة حتى لا تغرق بين طياتها وضرباتها التى لا تهدأ ، وبالتالى السير على نهج أساليب الصحافة الصفراء . ولكن لا مانع من مواصلة الهجوم بين حين وآخر على الصحف الصفراء على سبيل العادة والتغطية على حرج محاكاتها وهى مضطرة . ولذلك فإن من يتفحص الخريطة الصحفية والإعلامية العالمية ، يجد أن الصحافة الصفراء هى التى أصبحت سيدة الموقف العالمى على معظم المستويات ، لأنها تلبى احتياجات كل الأطراف المعنية من زعماء ، وقادة ، وصحفيين ، ورجال السياسة والحرب والدعاية ... الخ ، فى إيقاع يناسب الدوران المحموم لعجلة الأحداث ، حين يسيطر الإنفعال على معظم الناس ، ويتراجع التفكير المنطقى المتأنى إلى الظل وربما الظلام ، مثلما تراجع الإعلام الوقور الذى يحترم عقل المتلقى أمام الدعاية الصاخبة التى تضرب دائمًا على أوتار انفعالاته المشدودة .

ويكاد لا يكون ثمة فرق يذكر فى وسائل العمل الدعائى بين الديمقراطية والديكتاتورية ، لأن جميعها يلجأ إلى أساليب التأثير فى العواطف وتحريك الحماس والحقد والكراهية والتمجيد ، لا فرق فى ذلك بين النازيين فى الحرب العالمية الثانية أو الشيوعيين البلاشفة فى مخاطبة العمال والمثقفين والفقراء أو الرأسماليين الأمريكيين الذين يدعون إلى الليبرالية والحرية بمفهومهم ، أو الثوار الفرنسيين . إنها دائمًا عند أصحابها وسيلة لتحقيق هدف ، والعبرة بالمحصلة ، ولا بأس من إخفاء الحقائق أو التدخل فى تفسيرها أو حتى قلبها . ويبدو أن الإعلام أصبح علمًا من علوم الدعاية الحديثة أو مجرد فرع من فروعها ، بعد أن كانت الدعاية إحدى أدواته خاصة فى مجال الترويج التجارى والإقناع السياسى بين الجماهير العادية .

وقد أثبتت الدراسات التى توافرت فى مجال الدعاية منذ أن جعلها جوبلز وزير دعاية هتلر علمًا قائمًا بذاته ، أن التاريخ يكاد يكون دعاية . فمن السهل إثبات أن الكتب المدرسية فى كل من ألمانيا واليابان تقول عن الزمن الذى كتبت أكثر مما تقوله عن الماضى . وبالطبع ليس هناك أدنى شك فى هذا الشأن فيما يتعلق بنظام كالنظام النازى الألمانى أو النظام الستالينى أو أى نظام فاشى آخر ، بل إن درجة التلوين فى إعادة كتابة تاريخ روسيا الحديثة بعد انهيار الشيوعية ، أبقت على التلاعب بالحقيقة التاريخية ، فى حين أن مجرد نظرة على كتب التاريخ الأمريكى التى تتناول الخمسينيات ، أو على الكتب المؤلفة فى بريطانيا فى ذروة عصر الإمبراطورية ، تؤكد على الجانب الدعائى والتعبئة التى تهدف إلى صياغة الرأى العام ومناهج الدراسة .

وجنون الحرب أقدم عمرًا وأرسخ تاريخًا من حب السلام بكثير ، والدعاية الموجهة لدفع الناس للقتال فى الحرب عملية أقدم كثيرًا من الشكل غير المتطور نسبيًا للدعاية الموجهة لجعل الناس يقاتلون من أجل السلام . وتاريخ الشعوب هو تاريخ حروب وصراعات دموية ، مكتوب من وجهة النظر الخاصة لكل شعب فيما

يختص بالحروب التى خاضها أو تورط فيها . ولذلك فإن تاريخ العالم هو تاريخ أمم ودول وشعوب قد لا تلتقى فى وجهات نظرها كثيرًا ، والكل يفضل الدعاية على الإعلام ، وذلك لعائدها السريع من خلال الاحتفاظ بمظهر الصدق ، فليس بالضرورة أن تكون الرسالة صادقة ، لكسب ثقة الجمهور المتلقى المراد إقناعه ، بالإضافة إلى البساطة والتكرار غير الممل لاختراق أذهان الناس بسرعة ، والتلاعب بذاكرتهم التى لا تحتفظ أو تتذكر إلا ما استوعبته بسهولة وترسخ فيها نتيجة للتكرار ، وتوظيف الرموز المثيرة وضرب الأمثلة الموحية ، ذلك أن الذاكرة البشرية تختزن بسهولة ، وكذلك تستدعى الصور ذات الدلالة المرتبطة بمخزون الذاكرة الموروثة أو المكتسبة .

وتبدو مقولة إنه ينبغى السماح للرأى بأن يتطور بشكل طبيعى دون أى تدخل خارجى وهمًا فى الدول الديمقراطية كما فى الديكتاتورية . ذلك أن الرأي العام ظل دائمًا توجهه وتتدخل فيه آليات السياسة فى وقت السلم ، وتنضم إليها آلة الحرب والقادة العسكريون فى زمن الحرب وفى كثير من الأحايين كانت الحرب الدعائية بديلاً عن الحرب العسكرية ، وهذا ما حدث تمامًا فى الحرب الباردة بين المعسكر الشيوعى والمعسكر الرأسمالى . فقد انتصرت الولايات المتحدة بالضربة القاضية ، واندثر الاتحاد السوفييتى بدون حرب عسكرية ولكن بفعل الحرب النفسية المتصلة والمتصاعدة التى تثير انفعالات مقصودة فى نفوس الخصوم ، وتظل تتراكم إلى أن تأتى مفعولها فى النهاية سواء على مستوى الحكام أو المحكومين ، وذلك بشرط توافر عوامل الانهيار الداخلى .

وكانت الأساليب التى ابتكرتها الصحافة الصفراء منذ بداية ظهورها لإحداث أكبر وأعمق تأثير ممكن فى قرائها ، بمثابة المنطلقات التى مهدت الطريق للحرب الإعلامية أو الدعائية كى تتلاعب بعقول ومشاعر الجماهير بعد أن كانت

تركز على الجنود والمقاتلين فى زمن الحرب ، إذ أصبح هدفها متمثلاً فى المجتمعات والشعوب والأمم فى كل الأزمنة . ويمكن ملاحظة ذلك فى الغزو الفكرى والثقافى من خلال تعميم وترسيخ أنماط الحياة والاستهلاك والطعام والأزياء وقصات الشعر وغير ذلك من المظاهر التى تبدو سطحية لكنها تتسلل حتى النخاع سواء فى التفكير أو السلوك . وصار الإعلام حربًا شاملة على ثقافات الأمم وحضاراتها وتاريخها وتراثها ، وباتت لغات وثقافات عديدة مهددة بالانقراض . ولم تعد هذه المهمة فى مقدمة المهام الملقاة على عاتق الصحف فحسب ، بل على أجهزة الإعلام من راديو وتليفزيون وشبكات فضائية .. الخ ، إذ إن مفهوم الصحافة يمتد ليشمل كل هذه الأجهزة والوسائل الإعلامية .

وإذا كانت الولايات المتحدة رائدة فى الصحافة الصفراء منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر ، فقد كان من الطبيعى أن تمارس الخبرة العريقة والمتراكمة للنخبة السياسية الأمريكية قدراتها على إقناع الشعب بالتصويت ضد أكثر مصالحه أهمية دون حاجة للقمع والاضطهاد ، فيقوم المسئولون عن أجهزة الإعلام ومؤسسات الصحف فى أمريكا بوضع أسس عملية تداول الصور والمعلومات ، ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها ، بحكم أنها تصوغ معتقدات الناس ، وتبلور مواقفهم ، وتحدد فى النهاية سلوكهم . وقد أصبح الحديث عن الصحافة والإعلام فى الولايات المتحدة بمثابة الحديث عنهما فى العالم المعاصر بأسره . فالإعلام الأمريكى ، مثله فى ذلك مثل السياسة الأمريكية ، أصبح قادرًا على أن يصوغ مواقف العالم واتجاهاته من خلال تصدير الثقافة الأمريكية إلى مختلف أرجاء المعمورة . وهى تكاد الآن أن تصبح النموذج السائد فى العالم .

ومن يرصد الأساليب التى تتبعها المؤسسات الصحفية والأجهزة الإعلامية فى الولايات المتحدة ويحللها بدقة ، يكتشف أنها طورت أساليب الصحافة الصفراء التقليدية ، وطبقت عليها مناهج علمية جديدة مستلهمة من علوم الإعلام الحديث

الذى لم تدركه الصحافة الصفراء فى بداية عهدها . فعندما يكون التضليل الإعلامى هو الأداة الأساسية لفرض السطوة والهيمنة ، تصبح الأولوية لتنسيق الوسائل التقنية للتضليل وتنقيحها وتطويرها على الوسائل والأنشطة الثقافية الأخرى . وطبقًا لمبادئ السوق الحرة التى تنادى بها أمريكا ، فإن وسائل الإعلام أصبحت تجتذب أكبر الخبرات وأذكى المواهب لأنها توفر لها أكثر الأجور والحوافز إغراءً . وكانت النتيجة المأساوية تتمثل فى تحول الدارسين والخبراء الموهوبين من حاملى أعلى الشهادات العلمية والأكاديمية إلى العمل فى الدعاية والإعلانات والتضليل الإعلامى فى شتى مجالاته .

ويكشف الواقع الصحفى والإعلامى عن وجهه الكئيب عندما تتم السيطرة على أجهزة المعلومات طبقًا لقاعدة بسيطة من قواعد السوق ، تؤكد أن امتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها ، شأنه شأن أنواع الملكية الأخرى ، متاح بل ورهن إشارة من يملكون رأس المال . وطبقًا لهذا المبدأ الرأسمالى ، تصبح محطات الإذاعة، وشبكات التليفزيون ، ومؤسسات الصحف والمجلات ، وشركات السينما ، ودور النشر ، مملوكة جميعها لمجموعة من الشركات أو المؤسسات المشتركة أو التكتلات الإعلامية ، بحيث يصبح الإعلام المقروء أو المسموع أو المرئى ، مؤهلاً وجاهزًا للاضطلاع بدور فعال وحاسم فى عملية التضليل لصالح كبار الرأسماليين والممولين الذين لا تستطيع أية سلطة المساس بممتلكاتهم ، بصرف النظر عما إذا كانت الوسائل التى تم بها الحصول عليها شرعية أم غير ذلك . فالملكية فى المجتمع الرأسمالى عندما تتحقق وتترسخ ، تصبح ذاتًا مصونة لا تمس ، فهى لا تستطيع شراء الصحافة والإعلام فحسب ، بل يمكنها شراء الأحزاب ، وبعض المسئولين المؤثرين فى السلطات القضائية والتشريعية والتنفيذية . فالمال هو المعيار الأساسى فى تحديد قيمة الإنسان فى المجتمع الرأسمالى .

وتحت غطاء حماية الملكية الخاصة ، وحراسة رفاهية الفرد وحقوقه ، يتم تشييد هيكل كامل أو منظومة ضخمة من التضليل الإعلامى ، إذ إن هذه الشركات الأخطبوطية التى تحتكر الإعلام والصحافة ، يتم تقديمها أو تسويقها على أنها ثمرة للجهد الفردى والنجاح النموذجى الذى يجب أن يحتذى . وقد يقول قائل إنه لابد من وجود أذكياء قادرين على تعرية هذا التضليل الإعلامى ، لكن القائمين على هذا التضليل غالبًا ما يكونون أكثر خبثًا ودهاءً بحيث لا تنكشف أوراق اللعبة بين أيديهم ، ذلك أنه لكى يؤدى التضليل الإعلامى دوره بفعالية وكفاءة ، لابد من إخفاء شواهد وجوده حتى يبدو كظاهرة منطقية أو طبيعية لا تقبل الجدل . أى أن التضليل يصبح ناجحًا ومؤثرًا عندما يشعر ضحاياه بأن الأشياء هى على ما هى عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية ، أو بعبارة أخرى : إن التضليل الإعلامى يقتضى واقعًا زائفًا أو افتراضيًا هو الإنكار المستمر لوجوده أصلاً . فمثلاً شاركت الصحف ووسائل الإعلام الأمريكية على اختلاف أنواعها وتوجهاتها فى الترويج لأسطورة «مكتب المباحث الفيدرالى» بصفته وكالة موضوعية لا تنطوى على أية توجهات سياسية ، لأن كفاءتها العالية مسخرة تمامًا لتنفيذ القانون ، ولكن ثبت أن جهاز المباحث استخدم فى الواقع فى إرهاب وتطويق أى سخط اجتماعى، سواء من خلال إجراءاته الخفية أو تحالفاته مع بعض الصحف القومية .

ويوضح هربرت أ. شيللر فى كتابه «المتلاعبون بالعقول» ، أن من أهم أساليب التضليل الإعلامى ، ذلك التنوع الكبير الذى يشكل واجهة البث الإعلامى ، والمستمد من العدد الضخم للصحف ومحطات الراديو والتليفزيون . لكن المحصلة النهائية تؤكد أنها كلها تتدفق من مصدر أو منبع واحد ، لأن المادة الترفيهية والأخبار والمعلومات العامة والتوجهات والأفكار يجرى اختيارها وانتقاؤها جميعًا من الإطار المرجعى الإعلامى نفسه من جانب «حراس» للبوابة الإعلامية ، تحركهم دواع تجارية لا يمكن تجاهلها أو التخلى عنها . وقد يختلف الأسلوب والتعبير المجازى

لكن الجوهر واحد ، فقد تبين أن من بين الأساطير أو الأوهام الشائعة عن التليفزيون الأمريكى ، أنه يعمل من خلال آلية ديمقراطية ثقافية ذاتية نابعة من فكره وفلسفته ، وتستجيب تمامًا لإرادة أغلبية المشاهدين ، خاصة فيما يتعلق عادة بظهور برامج معينة واختفاء أخرى ، والأدق أن يقال إنه يمثل رغبة واتجاه المعلنين ، وأن المصمم والمنظم الحقيقى للبرامج هو صناع وتجار المواد الغذائية والأدوات المنزلية ، والأدوية ، والملابس ، والسيارات ، ومستحضرات التجميل ... الخ . ومن الواضح أن برامج كثيرة اختفت برغم شعبيتها والإقبال عليها لأنها لم تجذب اهتمام المعلنين . وهى الظاهرة التى تفرض نفسها على صفحات الصحف ، عندما يفاجأ القراء بقضية تغطى صفحاتها ، وكأنها قضية الساعة ، ثم بنفس الأسلوب المفاجئ تختفى هذه القضية وكأنها لم تكن حديث القراء جميعًا . وهو ما يدل على أن الأيدى الخفية التى تصوغ الحملات الصحفية والإعلامية ، تعمل طبقًا لأهداف دفينة خاصة بها ، ولا يهمها كثيرًا التساؤلات التى يمكن أن تثار بين جماهير المتلقين ، لأنهم هم أنفسهم سرعان ما ينسون لأن ذاكرتهم الجمعية متخمة ومكتظة بهموم متتابعة ومتجددة ، ذلك أن للهموم الشخصية الأولوية على الهموم العامة .

وقد يخلط المتلقون بين التعددية والتنوع فى الصحافة والإعلام برغم الفوارق الشاسعة بينهما . ذلك أن شرط التعددية الاتصالية الذى تفخر به الولايات المتحدة ، خال تمامًا من أى تنوع حقيقى . لكنها سعيدة به هكذا ، لأنه يوفر أسباب القوة للنظام السائد لتعليب الوعى ، بحكم أن الفيض الإعلامى المتدفق عبر العديد من القنوات ، يوحى بالثقة ويضفى المصداقية على فكرة الاختيار الإعلامى الحر فى حين أن تأثيره الأساسى يتمثل فى توفير الدعم المستمر للوضع القائم ، بينما يعتقد القارئ أو المستمع أو المشاهد أنه فى جو تلقائى طبيعى من الحرية والتعددية ، وهو لا يدرى حقيقة الدوافع والمحركات الخفية التى تحرص الصحف وأجهزة الإعلام على ألا تلفت أنظار جمهورها إلى آلياتها وأهدافها .

وعندما تقع أزمة ، فإن أحدًا من جمهور القراء أو المشاهدين أو المتلقين لا يعرف عما إذا كانت أزمة فعلية أم كاذبة أم مفتعلة . لكن كل هذا لا يهم ، وإنما الذى يهم أن يتولد منها جو هيستيرى محموم بعيد تمامًا عن العقلانية أو حتى المعقولية . ولا شك أن الإحساس الزائف بالطابع الملح للأزمة ، المترتب على الإصرار على فورية المتابعة ، يؤدى إلى النفخ فى أهمية الموضوع الذى يمكن أن يصبح حديث الساعة . ومن يملك القدرة على النفخ فى أهميته ، يستطيع بنفس القدر أن يفرغه منها . فليس هناك موضوع يستمر على نفس الدرجة من الأهمية والفورية والإلحاح . ومن ثم تكون الخطوة التالية هى إفراغه من أهميته بحيث تضعف قدرة الجمهور على التمييز بين درجات الأهمية ، ويساعد على القيام بهذه المهمة سرعة إيقاع الأحداث والمعلومات المتتابعة بل واللاهثة عن تحطم طائرة ، ثم عن هجوم إرهابى ، أو جريمة ، أو اختلاس ، أو اضراب ، أو زلزال ، أو إعصار ، أو فيضان ، أو مذبحة ... الخ . مما يحول العقل إلى غربال تصب فيه التصريحات والدعايات والإعلانات التى أقلها مهم وأكثرها لا أهمية له .

وبدلاً من أن تساعد الصحف وأجهزة الإعلام فى تركيز الإدراك ، وبلورة المعنى ، وتحديد الاتجاه ، فإنها تقر ضمنيًا أو تعترف فى سعادة ، بعدم القدرة على استيعاب الأمواج المتلاحقة للأحداث والموضوعات والقصص الخبرية التى تلح على وعى الناس بلا هوادة ، وبالتالى فإن من حقها فى الدفاع عن نفسها أن تخفض درجة حساسيتها واهتمامها . ذلك أن تكنولوجيا الاتصال الصحفى والإعلامى باستخداماتها الحالية ، تروج لتوجهات بلا تاريخ ، وإنما هى شذوات ولقطات من هنا وهناك سرعان ما تتفرق كما التقت ، وربما لا تلتقى على الإطلاق ، ولذلك فهى توجهات مضادة للمعرفة والثقافة بصفة عامة ، لأنها تلقى الجمهور فى دوامة من الأحداث والمعلومات والموضوعات فى تدفق وإغداق ، بحيث لا يجد فسحة للتأمل

والتفكير والتحليل ، بل إنه ليس فى حاجة إلى كل هذا لأن الوعى نفسه يقدم إليه جاهزًا . إنه وعى مبرمج ومعلب ومعهد مسبقًا فى اتجاه واحد محدد ومرسوم .

وعندما يجد البعض ممن يحرصون على احترام عقولهم وتوظيفها ، فرصة التساؤل والشك فى محاولة لرصد الأسباب والدوافع الحقيقية ، فإنهم يتحولون إلى أقلية تفكر عكس التيار الذى أصبح سائدًا ، وتخالف المجموع العام الذى ينظر إليهم على أنهم مغفلون أو أغبياء أو جهلاء أو حتى مجانين عاجزون عن استيعاب معطيات العصر . وغالبًا ما يضطرون إلى إخفاء تساؤلاتهم وآرائهم وقناعتهم وهمسات ضميرهم ، ويتظاهرون بأنهم مثل كل أفراد القطيع ، ويقتلون بالتدريج ملكة التساؤل والشك والتأمل والضمير المزعج القلق ، ويقبلون ما يثار وما يقال على مضض ، وقد يمارسون سرًا متعة لوم النفس وتأنيبها كأنما يهربون من أنفسهم أو يكفرون عن ذنوبهم .

وهذا هو الواقع الصحفى والإعلامى الكئيب الذى يتفنن فى غسل مخ المتلقين ثم يوحى إليهم بحريتهم الكاملة فى التفكير والاختيار والتصرف ! إنه واقع «أشد صفرة» من أية صحيفة صفراء رخيصة ، ويعرى حقيقة أى صحفى أو إعلامى يتشدق بالمثل العليا التى تحترم عقل المتلقين وتنير أمامهم السبل المؤدية إلى مستقبل أفضل يليق بكرامة الإنسان .

الفصل العاشر

نحن والصحافة الصفراء

إذا كان مفهوم «الصحافة الصفراء» لا يزال غامضًا ومراوغًا حتى فى الولايات المتحدة التى ابتكرتها منذ العقد الأخير فى القرن التاسع عشر ، فإنه قد يكون أكثر غموضًا ومراوغة فى العالم العربى الذى لا يرى فيه سوى صحافة الفضائح والجرائم وكل ما هو غير أخلاقى . بل إنه كثيرًا ما يحدث لبس بين «الصحافة الصفراء» و «الكتب الصفراء» ، وهو مصطلح مقصور على الأدبيات العربية ، لكنه غامض ومراوغ بدوره ، وإن كان يعنى أحيانًا المخطوطات أو كتب التراث القديم التى لم تطبع سوى مرة أو مرتين ، وأحيانًا أخرى كتب الخرافة أو الدجل ، أى أنه يقلل بصفة عامة من قيمة الشىء المنشور سواء أكان مخطوطًا أم مطبوعًا .

وبرغم محاكاة العرب للنماذج الصحفية العالمية ، خاصة الأمريكية منها ، فإنه لم تظهر فى المنطقة العربية صحف صفراء بمعنى الكلمة ، إذ يبدو أن العرب لا يملكون الإيقاع اللاهث الذى تتميز به الصحف الصفراء ، سواء فى الانتقال إلى موقع الأحداث ، أو الجرأة فى دخول أماكن خطيرة ، أو ابتكار الوسائل الغريبة التى تكفل الحصول على سبق صحفى مبهر ، مثل التخفى والانتحال وغير ذلك من وسائل تقمص الشخصيات الصعبة التى تحتاج إلى قدرة فائقة على التمثيل والأداء سواء بالصوت أو الحركة . أى أن الأمر يتطلب من الصحفى أو المخبر أن يكون فى تمثيله وأدائه أكثر تمكنًا وتلقائية بل وعفوية من الممثل المحترف بالفعل سواء على خشبة المسرح أو أمام كاميرا السينما ، الذى لو أخطأ فإن فى إمكانه إصلاح الخطأ فى العرض التالى أو عند إعادة تصوير اللقطة أو المشهد . اما الصحفى أو المخبر فيمكن أن تصبح حياته نفسها فى خطر لو انكشفت شخصيته الحقيقية .

كل هذه الأساليب والألاعيب والخدع والحيل التى تتطلبها الصحف الصفراء من الصحفى أو المخبر ، غير متاحة لزميله العربى المقيد بالنظام المحافظ أو التقليدى أو الرسمى لصحيفته . ذلك أن معظم الصحف العربية مملوكة للأنظمة الحاكمة ، بحيث تتحرك داخل هذه الأطر المرسومة مسبقًا . وحتى الصحف المملوكة لأفراد فإنهم يحرصون على الوقوف على أرضية مشتركة مع الأنظمة الحاكمة ، طلبًا لمساعدتها ودعمها الأدبى على الأقل ، وربما تجنبًا لغضبها وبطشها . أما الصحف الصفراء فى الدول الغربية ، فإنها تملك مطلق الحرية فى تحديها للحكومات والسلطات على اختلاف أنواعها . فهى ملكية خاصة لأصحابها الذين يرون فى الحرية والجرأة والحيل التى يسمحون بها لمحرريها ومخبريها ، مزيدًا من التوزيع وجذب قراء جدد ، ومزيدًا من الإعلانات التى ترسخ القاعدة الاقتصادية للصحيفة . وليس هناك خوف على هذه الصحف من الإغلاق أو المصادرة أو البطش بالعاملين فيها ، وإنما الخوف الوحيد الذى تضعه دائمًا فى حسبانها ، يتمثل فى التدهور الاقتصادى الذى قد يصل بها إلى حد الإفلاس والتصفية كما حدث لصحف عديدة . فالصحافة فى دول الغرب سوق لا ترحم من يلقى بسلاحه ولو لمجرد لحظة واحدة ، والدولة ليست على استعداد لمساندته وتعويضه عن خسائره . فهذه هى قواعد اللعبة الرأسمالية ، ومن يسقط فى مضمار السباق المحموم لابد أن يخرج منه على الفور حتى لا تدوسه أقدام أو عجلات الآخرين .

ونظرًا للاختلافات الجذرية بين الصحافة فى المنطقة العربية والصحافة فى الدول الغربية ، فإن الصحف الصفراء بالمعنى الدقيق للمصطلح لا توجد عند العرب المعاصرين ، وإنما هناك بعض الملامح أو العناصر الصفراء التى قد يسمح بها لبعض الصحف على سبيل شغل الجماهير أو تسليتهم ، كنوع من إلهائهم بعيدًا عن لعبة السياسة أو التنفيس عما يعتمل فى صدورهم من هموم ومتاعب الحياة . ولذلك إذا ظهر رئيس تحرير لصحيفة عربية ، يتميز ببعض الجرأة وسطع نجمه نتيجة لذلك ، فإنها

جرأة محسوبة ومطلوبة من السلطة نفسها لحسابات تخصها ، ولذلك فهى مقننة فى إطار لا يسمح لها بتجاوزه أو تخطيه ، وإذا حدث هذا الخطأ نتيجة لهفوة أو غرور مفاجئ من رئيس التحرير الذى استمرأ الأضواء ، فإنه سرعان ما يجد نجمه وهو يأفل بمجرد جرة قلم من المسئول الكبير الذى منحه الفرصة لكنه أهدرها .

ومن السهل رصد الملامح أو العناصر الصفراء فى الصحف العربية لأنها مباشرة إلى حد كبير ، وتنطلق من اهتمامات أو مصالح شخصية للمحرر أو المخبر الذى يسخر قلمه فى خدمتها بهدف تحقيقها بقدر الإمكان . فهو مثلاً يمكن أن يستغل عموده اليومى أو مقاله الأسبوعى فى مساندة مرشح معين ، أو إثارة قضية تبدو عامة لكنها تهمه شخصيًا ، أو الهجوم على أحد خصومه ، أو إبراز إنجازات شركة أو مؤسسة قامت بتوظيف أحد أقاربه ، ابنه أو أخيه مثلاً ، أو تزييف خطابات إلى المحرر أو باب بريد القراء لكى يوحى بأن القراء يؤيدون بحماس الآراء والمواقف التى تعبر عنها المقالات التى يكتبها والقضايا التى تثيرها ، أو اختلاق «فبركة» تصريحات ينسبها إلى أحد المصادر ، على أمل أن تؤدى إلى إثارة جدل حولها ، بما يجعله يلفق مزيدًا من القصص الخبرية التى تجذب انتباه القراء ، فيلمع اسمه وقد يحصل على ترقية . وكم ارتكب محررون أو مخبرون أخطاء أو حتى جرائم استنادًا إلى حقهم فى الاحتفاظ بسرية المصدر الذى استقوا منه أخبارهم ، وإن كانت سلطات الرقابة العربية لم تحترم هذا الحق فى أحايين كثيرة ، خاصة أن ثقتها ليست قوية فى مصداقية الصحفيين ، فربما لا يكون هناك أى مصدر على الإطلاق والأمر كله اختلاق فى اختلاق ، أو ربما أنكر المصدر نفسه أنه صرح بأى شىء ، بحيث تقع الطامة الكبرى على رأس الصحفى أو المحرر أو المخبر ، خاصة إذا كان ما نشر فيه مساس بالأمن القومى أو السياسة العليا ، ولابد من تقديم صاحبه إلى منصة القضاء .

وفى حالات كثيرة ، مارس المحررون والمخبرون الصحفيون العرب لعبة القط والفأر مع أجهزة الرقابة الحكومية ، بحكم أن أساليب الصياغة الصحفية فيها متسع لكل أساليب التلوين ، والحذف والاختصار ، والتطويل والإطناب ، والتركيز على نقاط محددة والمرور على أخرى مر الكرام ... الخ . ونظرًا لأن اللغة العربية بالذات، لغة بحرها واسع وعميق وزاخر بأمواج ودوامات لا حصر لها من الدلالات والإشارات والتلميحات من خلال مترادفات قد لا يوجد مثيل لها فى أية لغة أخرى ، فإن الكاتب الصحفى العربى يملك قدرة عجيبة على المراوغة فى توصيل ما يريد أن يقوله إلى قارئه ، دون أن يضبطه أحد متلبسًا بما يخالف سياسة الدولة وتوجهاتها المعلنة ، بل إنه بذلك يستطيع أيضًا تجنب الاحتكاك بتوجهاتها الخفية لأن مقالاته تسبح فى بحر من المعانى والدلالات التى تتعدد بتعدد وجهات نظر من يقرأها . لكن هذا الدهاء أو الخبث يقابله دهاء أو خبث مماثل من رجال الرقابة الرسمية الذين يظلون على تربصهم بمن يريدون الإيقاع به فى المحظور الذى قد يأتى على شكل فقرة أو عمود صحفى أو حتى كلمة خارجة على السياق الحذر أو اليقظ ، إذ قل أن يخلو الأمر من ذريعة أو حجة . وأحيانًا ينفد صبر النظام ويطرد الصحفى من عمله ، وربما وضعه رهن الاعتقال .

وأحيانًا تأتى الرقابة الصارمة من رئيس التحرير نفسه ، تجنبًا للمتاعب التى قد يقع فيها مع السلطة ، وحفاظًا على منصبه الذى يضعه على قدم المساواة مع نجوم المجتمع ، والذى يمنحه من الامتيازات ما يمثل حلم الليل والنهار لأى صحفى طموح . لكن تظل أساليب الحذف والاختصار والتلوين وعدم التركيز على قضايا أو نقاط معينة من أضمن الأساليب التى يرتاح إليها معظم الصحفيين وفى مقدمتهم رؤساء التحرير ، إذ لا يستطيع أحد أن يحاسب أو يعاقب أحدًا على أشياء أو آراء لم ينطق بها أصلاً . وحتى فى الولايات المتحدة نفسها يتبعون سياسة أو فلسفة «لا تهز القارب» ، بمعنى دع الأمور على ما هى عليه طالما أنه لا يوجد ما يعكر

الصفو . فيقول جون ل . هاتلنج فى كتابه : اللعب المباشر : مناقشة عملية للمبادئ الأخلاقية فى المجتمع الأمريكى لمحررى الصحف» ، الصادر عام ١٩٨١ :

«إن بعض الانتهاكات للمسئولية الصحفية يمكن ارتكابها بأمان عن طريق الحذف أكثر من ارتكابها عن طريق الإضافة أو التأليف ، فمثلاً يمكن تجنب الالتزام بالرقابة الصارمة على أنشطة الحكومة بطرق مختلفة . ففى بعض الصحف - وهى عادة الصحف الصغرى - يتبنى العاملون فيها سياسة أو فلسفة «لا تهز القارب» ، بحيث يمكن التغاضى عن الإجراءات الحمقاء للحكومات المحلية . كذلك لا تذكر هذه الصحف عمليات تقسيم الحوافز والمكافآت على أشخاص معينين ، ولا الأحوال المتدهورة فى المدارس . وهم يتجاهلون هذه الأخبار أو الموضوعات لأن الناشر (مالك الصحيفة أو رئيس التحرير) لا يريد أية مشكلات من وراء أعمدة الأخبار ، يمكن أن تثير جدلاً ، هو فى غنى عنه . فهو لا يريد إثارة غضب القادة أو الزعماء المحليين ، وبالتالى فإن الصحيفة تنشر أخبارًا تركز عمدًا على أحداث روتينية لا ضرر من ورائها . فهى تغطى عددًا غير قليل من الأسماء والشخصيات، لكنها لا تتسبب فى أية مشكلات . وبذلك تظل ميزانية الصحيفة فى الجانب الآمن ، ولكن أمثال هذه الصحف تتقاعس عن أداء المهمة الأساسية للصحافة» .

وهذا التوجه الأمريكى يؤكد أن الطبيعة البشرية لا تختلف كثيرًا باختلاف الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية ، ففى المنطقة العربية مثل يشبه مثل «لا تهز القارب» الأمريكى ، وهو «الباب الذى تأتى منه الريح ، سده واستريح» ، وبالتالى تتحول الصحافة من مهنة البحث عن المتاعب إلى مهنة تجنبها والهروب منها . وسواء فى الدول الديمقراطية أو الدول الشمولية ، فإن مهنة الصحافة تنطوى على معادلات صعبة ومحيرة وقد يتعذر حلها . فالصحفى أو المحرر أو المراسل يدرك تمامًا أن جزءًا حيويًا وضروريًا من عمله يتطلب التقرب من مصدر الأخبار ، وتوثيق العلاقة معه بقدر الإمكان . ذلك أن قيمة هذا الصحفى أو المحرر

أو المراسل بالنسبة للصحيفة التى يعمل بها ، تنبع من قدرته على بلوغ أقرب مسافة ممكنة من هذا المصدر . لكن ما العمل إذا لم يكن هذا المصدر شخصية سوية ، إذ يمكن أن يكون متورطًا فى تجارة غير مشروعة مثلاً ، أو فى حياة منحرفة أو عربيدة ، أو على علاقة ببعض رجال العصابات الدولية .. الخ ؟! هل يمارس مسئوليته الصحفية بفضح ما يعرفه عنه ؟! أم يعتبر أن مهمته الأصلية فى الحصول على الأخبار منه هى خطه الأساسى ويجب ألا ينحرف عنه ؟ أم ينأى تمامًا عن هذا المصدر ويبدو فى نظر صحيفته مراسلاً أو محررًا فاشلاً ؟! وماذا يمكن أن يكون موقفه إذا حاول هذا المصدر تجنيده لحسابه حتى يكون عينًا له على ما يدور فى المطبخ الصحفى بدلاً من أن يكون عينًا لصحيفته على مشروعاته وطموحاته ؟!

إن المخبر أو المراسل العربى يتردد ألف مرة قبل أن يحسم أمره بهذا الخصوص . لكن إذا كانت ظروفه الاقتصادية والأسرية تشكل ضغطًا متواصلاً عليه ، أو أن طموحاته الاجتماعية تضعف مقاومته لأية إغراءات ، أو أن المناخ العام يزين له أنه لن يكون نشازًا وسط الأنغام السائدة إذا ما استفاد من الفرص المتاحة أمامه ، فهل يترك نفسه لتيار لم يفتعله وهو يرى بعض زملائه ، خاصة رؤساء الأقسام منهم أو المشرفين على الصفحات المتخصصة ، وقد أحالوا مناصبهم إلى مراكز للقوى من خلال اتصالهم الحميم بكبار المسئولين الذين لا يتأخرون عن قضاء حاجاتهم وحاجات من يوصون بهم ، فى مقابل تقديم صور مشرقة وهالات مضيئة لهم فيما ينشرونه عنهم من أخبار وحوارات وموضوعات . إن الأمر ليس بالسهولة التى يتصورها جون ل . هاتلنج فى كتابه «اللعب المباشر» عندما ينصح المخبر أو المراسل بعدم الانضمام أو الرضوخ لإغراءات مصدر الأخبار ، والمشاركة فيما يفعله ، وعدم التلون بآرائه وتوجهاته وأهدافه ، ذلك أن المهمة ببساطة فى نظر هاتلنج ، تتطلب من الصحفى عينًا ترى بوضوح ، وقدمًا ثابتة واثقة بنفسها ، وهى رؤية مغرقة فى التفاؤل والتسطيح لأن المرء فى هذا العصر أصبح يقيم ويقاس بما فى جيبه المنتفخ وليس بما فى ضميره النقى أو عقله الحريص على القيم الأخلاقية .

ونظرًا لأنه من الصعب ضبط الصحفيين المتواطئين أو المتورطين وعمليات تبادل المصالح الخاصة أو الإكراميات أو الهدايا أو الرشاوى أو العمولات ، لأنها قضايا تتم برضا الطرفين ، مع غياب شاهد اثبات عليها فى معظم الحالات ، فإن القانون يقف عاجزًا عن ضبطهم متلبسين ، وبالتالى فإن الضمير هو الفيصل فى النهاية . من هنا كانت ضرورة اختيار الصحفيين من الأشخاص الذين يراعون ضميرهم ، واشتهروا بالسمعة الطيبة والأصل الكريم ، لأنهم إذا كانوا غير ذلك ، فإنه من السهل عليهم ارتكاب كل أنواع التلفيق والاختلاق والكذب والمبالغة والخداع والتزييف من أجل مصالحهم الشخصية ، فى حين أن الصحفيين فى الصحف الصفراء التى قد تعتبر رخيصة وهابطة ، قد يرتكبون هذه الأخطاء أو الجرائم لزيادة توزيع الصحيفة وإقبال المعلنين عليها . أما هؤلاء الذين يعملون فى صحف تملكها الدولة ، فلا يحملون هم التوزيع أو الإعلانات لأنهم موظفون غير مهددين بالطرد أو معاقبتهم بالخصم من مرتباتهم إذا ضعفت نسبة التوزيع أو الإعلانات ، لأن الدولة تتكفل فى النهاية بتعويض أية خسائر ، وإن كانت الإعلانات مضمونة إلى حد كبير لأن كبريات الشركات والمؤسسات يهمها أن تبنى جسورًا قوية مع صحف السلطة كمدخل لها عند السلطة نفسها . وهكذا تتيح النظم الشمولية الفرصة كاملة لأسوأ أنواع الصحف الصفراء التى تتحول إلى بقرة حلوب للعاملين فيها ، طالما أنهم منطلقون مع التيار الرسمى ، ذلك أن رواتبهم وعلاواتهم وحوافزهم مضمونة ومنتظمة ، وبالتالى تصبح طاقاتهم موجهة إلى فتح أبواب المنافع الشخصية والامتيازات غير المعلنة على مصاريعها .

وتتجلى خطورة هذه المشكلات المهنية والأخلاقية فى أنها ليست مقصورة على المشرفين على أبواب السياحة أو الفنون أو الرياضة أو الأزياء أو الطعام أو الأثاث والديكور ... الخ بل أيضًا على أصحاب الصحف فى حالة القطاع الخاص، ورؤساء التحرير فى حالة القطاع العام ، والمراسلين الذين يتعاملون مع الجهات

المعنية طلبًا لأخبارها وموضوعاتها ، والمحررين الذين يكلفون بكتابة قصص خبرية فى موضوعات مختلفة ، كل هؤلاء نفوس بشرية ، والنفس أمارة بالسوء إذا لم تجد الضمير الذى يقف لها بالمرصاد . ومعظم هذه المشكلات تنشأ عندما يرتبط الصحفى بطريقة ما بأشخاص ، أو مؤسسات ، أو هيئات ، أو شركات ، أو وكالات، أو قضايا يقوم بتغطيتها لصحيفته إخباريًا أو تحليليًا . وقد يكون هذا الارتباط عرضًا أو ارتباطًا رسميًا . وقد يكون الهدف منه روح الشعور الموضوعى بالمسئولية تجاه موضوع ملح ، مما يعد أمرًا حضاريًا وإنسانيًا يستحق التقدير . ولكن قد يكون الهدف مجرد طمع أو جشع أو تسلق أو انتهازية شخصية . ومن هنا كان خطر ازدواج الولاء أو الانتماء قائمًا بصفة متجددة ، ومهددًا أمانة الصحفى وكيانه ومصداقيته .

وإذا كانت الصحف الصفراء تتهم دائمًا بازدواجية المعايير إيمانًا بمبدأ «الغاية تبرر الوسيلة» ، وهى الغاية التى تتمثل فى الرواج التجارى والازدهار الاقتصادى للصحيفة ، نتيجة لزيادة التوزيع والإعلانات وربما وسائل أخرى مبتكرة ، فإن هذه الازدواجية تبدو وكأنها ضرورة ملازمة للعمل الصحفى بصفة عامة ، وفى المنطقة العربية بصفة خاصة . ففى مختلف البلاد العربية كثيرًا ما يصبح رئيس التحرير أو المندوب الصحفى عضوًا فى حزب ، خاصة إذا كان الحزب الحاكم الذى يتكرر نجاحه فى الانتخابات لسبب أو لآخر ، أو عضوًا فى مجلس المدينة ، أو لجنة الحى، أو مجلس إدارة مدرسة يتعلم فيها أبناؤه ... الخ ، لدرجة أن الجمع بين العمل الصحفى والعمل السياسى أو الاجتماعى أو حتى الاقتصادى أصبح قاعدة معترفًا بها من معظم الأطراف المعنية .

وربما كان هؤلاء الصحفيون ، سواء أكانوا رؤساء أو مديرى تحرير ، رؤساء أقسام أو مشرفين على صفحات متخصصة ، من شاغلى المناصب العامة ، غير مسئولين مباشرة أو بانتظام عن التغطية الإخبارية لكل الموضوعات ، لكن مجرد مشاركتهم فى الشئون السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية ، لابد أن يؤثر على

توجهات التغطية الخبرية لهذه الشئون ، والتى ينهض بها زملاؤهم المكلفون بها . وبالتالى فإن أحكامهم أو آراءهم أو صياغتهم لابدأن تكون منحازة وفاقدة للمصداقية المنشودة . ومع ذلك فإن الصحفيين العرب الذين يشاركون بنشاط فى الحياة السياسية والحزبية ، لدرجة تولى مناصب عامة ، حتى لو كانت استشارية ، يدافعون عن هذه المشاركة بحجة أنها تتيح لهم نظرة ثاقبة وخبرة فاحصة فى عالم السياسة ، ذلك أن فهم العمل السياسى يساعدهم فى الارتقاء بمستوى عملهم الصحفى ، خاصة فى مجال تغطية الأحداث والمواقف السياسية وتحليلها على أساس علمى وتطبيقى . وهناك من كبار الصحفيين من أصبح صديقًا حميمًا لرئيس الدولة ومستشارًا موثوقًا برأيه . كذلك فهم يتذرعون بحجة أن عليهم التزامًا، كمواطنين وأعضاء فى المجتمع يملكون معلومات ورؤى قد لا تتاح للآخرين ، أن يوظفوا هذه الخبرات الثمينة فى تحمل نصيبهم من المسئولية القومية .

لكن كل هذه التبريرات لا تصل إلى مستوى البدهيات التى لا تقبل الجدل ، ذلك أن جوهر المصداقية الصحفية يؤكد أن الانغماس فى السياسة الحزبية ، أو السعى للحصول على منصب عام من خلال الانتخابات ، يعتبر مخاطرة كبرى بالنسبة لأمانة الصحفى الموضوعية وسمعته النزيهة . فليس هناك ضمان مفروغ منه يجعل الأمور تسير على ما يرام ، ولذلك فإن الإقدام على مثل هذه المخاطرة أمر شائك ولابد من وضع كل الحسابات فى الاعتبار ، حتى لا يقع الصحفى بين شقى الرحى ، فيفقد صورته المتميزة المقنعة فى نظر قرائه الذين يتابعون مقالاته وكتاباته فى ضوء انحيازاته السياسية الحزبية ، فيشعرون بانتمائه إلى قطاع محدود من المجتمع ، وليس إلى منظومة المجتمع ككل . وهو ما عبر عنه إ.م. روزنتال فى صحيفة «نيويورك تايمز» عندما قال : «إن الصحفى بحكم عمله ، عليه أن يتخلى عن أى لون من النشاط السياسى ما عدا حقه فى التصويت فى الانتخابات . فهذا هو الثمن الذى ندفعه بحكم أننا رجال صحافة» .

لكن الأمور ليست بهذا الوضوح أو التحديد أو الدقة فى المنطقة العربية . ذلك أن تقاليد الصحافة العربية لم تحقق حتى الآن الرسوخ أو العراقة أو المصداقية التى يمكن تلمس ملامحها بوضوح فى صحف الغرب . صحيح أن الصحافة الصفراء نشأت فى الغرب ، لكنها نشأت وسط تقاليد صحفية سابقة على ظهورها. وقد حاولت أن تكون بمثابة ثورة ضدها ، لكن بمجرد انقشاع غبار المعركة ، كانت الصحف الصفراء قد طورت نفسها سواء فى مجال التحرير أو الإخراج الصحفى، وهى التطورات التى استلهمتها الصحف القومية أو المحافظة حتى لا تحرز الصحف الصفراء قصب السبق فى المضمار الصحفى القومى . أما الصحف فى المنطقة العربية فقد بدأت نشاطها بمحاكاة صحف الغرب على مستوى الشكل ، أما من ناحية المضمون فكانت مكبلة بأساليب الحكم الشمولى أو العشائرى أو القبلى ، بحيث أصبحت فى حالات كثيرة مجرد أبواق لما يريد الحاكم أن يقوله . وكم من صحف أغلقت وألقى بالعاملين فيها إلى أغوار السجون لمجرد تفوههم بألفاظ أو أفكار لم يرتح لها الزعيم ؟! وبالتالى فإن الملامح الصفراء فى الصحافة العربية لم تكن بالثورية أو الحرية أو الانطلاق أو الجرأة التى تمتعت بها الصحافة الصفراء فى الولايات المتحدة والدول الغربية ، وإنما أخذت أشكالاً واتبعت أساليب مختلفة تحت وطأة الضغوط التى تمر بها ، فلجأت إلى المبالغة ولكن فى مدح الزعيم ، وإلى الجرأة فى الهجوم ولكن ضد المغضوب عليهم منه ، وإلى التلفيق والاختلاق والتزييف والخداع والتلاعب والكذب لصياغة الرأى العام كما يريده الزعيم تمامًا. وهذه ظاهرة طبيعية ومتوقعة لأن تمويل هذه الصحف واستمرارها رهن برضى الزعيم ، وهذا هو القلق الذى ينتاب العاملين فيها ليل نهار . أما الرواج التجارى للصحيفة من خلال زيادة التوزيع والإعلانات فلا يشكل أى هم أو قلق بالنسبة لهم ، بل إنهم يفخرون فى أحاديثهم العلنية أو مقالاتهم أن الصحافة خدمة قومية ورسالة حضارية وليست تجارة رخيصة خاضعة لتقلبات السوق والمتلاعبين بها !!

ومن المؤسف بل ومن المأساوى حقًا أن المضمون أو التوجه العام للصحف العربية ، ظل بدون تغيير إلى حد كبير بطول ما يقرب من قرن بأكمله . ولعل الدراسات الأكاديمية والرسائل الجامعية التى لم يكتب لها النشر العام لسبب أو لآخر ، توضح بجلاء من خلال المقارنة الموضوعية والتحليلية بين القديم والجديد فى هذه الصحف ، غياب الفروق الجوهرية بينهما ، مما يدل على أن الصحافة العربية لا تزال «محلك سر» ، نتيجة للجمود السياسى والاجتماعى والثقافى والاقتصادى والفكرى ، الجاثم على أنفاس المنطقة العربية ، برغم قيام ما يسمى بالثورات أو الانقلابات التى غيرت أشكال الحكم ، لكنها لم تمس كنهه ، نظرًا لرسوخ نفس العقلية الجامدة العاجزة عن تحرير نفسها من قيود الماضى ورواسبه ، وبالتالى عاجزة بالطبع عن تحرير شعوبها . بل إن من ينظر إلى خريطة المنطقة العربية وهى فى مطلع القرن الحادى والعشرين ، سيجدها فى تناقض شديد بل وخصام حاد مع أية تطلعات حقيقية للمستقبل ، وبالتالى فإنها لم تصل حتى إلى مرحلة «محلك سر»، لأن قوانين النسبية تثبت أن الجمود هو فى حقيقته عودة إلى الماضى وتوغل فى كهوفه ، فليس هناك ثبات لأن الزمن لا يتوقف عن التقدم إلى الأمام ، وبالتالى فإن من يظن نفسه ثابتًا ، هو عائد إلى الماضى دون أن يدرى ، ولم يعد له أى مكان وبالتالى أية مكانة على خريطة العالم المعاصر . والصحف العربية كانت أصدق مرآة لهذه المأساة التى لا يرى أحد نهاية لها ، بل إنها آخذة فى التفاقم بلا حدود ، ولذلك فإن الحديث عن الحداثة فى الصحف العربية هو من أوضح الملامح الصفراء فيها ، لأنه وهم وكذب وخداع وتلفيق وتزييف واختلاق ، إذ إن التوجه العربى العام قد أدار ظهره لأية لمحة من لمحات الحداثة ، ويمم وجهه شطر الماضى . وكان الحديث عن الحداثة مجرد أحلام أو أوهام مستقبلية لم تتحقق . ففى خمسينيات القرن العشرين تمثل الوهم العربى فى تحقيق الدولة القومية أو الوحدوية ولم تتحقق ، ونفس الوهم ينطبق على الدولة الاشتراكية فى الستينيات،

والدولة الدينية فى السبعينيات وما بعدها ، ثم الدولة الديمقراطية بعد غزو العراق، لكن المسار كله لم يخرج عن نطاق الأوهام المعسولة ، وكذلك كان كل ما نشر فى الصحف العربية عن الحداثة على مدى النصف الثانى من القرن العشرين .

فالحداثة بطبيعتها تصدر عن سلطان العقل ، وتجريد أية سلطة من ادعاءاتها المنافية للعقل . أما العقل العربى فقد أوشك على الدخول فى غيبوبة لا يعرف أحد متى يخرج منها أو كيف ! وأصبحت معظم الصحف العربية تكرس هذه الغيبوبة بل وتهلل لها على أساس أنها أفضل أسلوب للحفاظ على الشخصية القومية . إن ما يحدث فى المنطقة العربية فى مطلع القرن الحادى والعشرين هو فى حقيقته سلب أى عقل من تطلعاته التى قد تتناقض مع السلطة ، كمقدمة طبيعية لإلغاء كل عقل . وإذا كانت وظيفة الصحافة تتمثل فى التنوير والتوعية والتثقيف ومساعدة القراء على تكوين آراء خاصة بهم ، فإن معظم الصحف فى المنطقة العربية ، خاصة المملوكة للدولة ، تعمل أساسًا على تأييد السلطة ، أية سلطة طالما دانت لها الأمور، وجعلها متعالية على التجربة والخبرة والاختبار العقلى ، وإغلاقها أمام حتميات الفطرة ، والفكر الموضوعى ، والوجدان السليم ، والخلق القويم ، وذلك من خلال تحويل السلطة ذاتها إلى المرجع الوحيد لحسم كل القضايا . وإذا كانت القوة المادية والأمنية هى الأساس فى جعل هذه السلطة مرجعًا وحيدًا ، فإن هناك عوامل مساعدة لا يمكن تجاهلها مثل البرامج التعليمية والإعلامية والثقافية والتربوية التى تجعل الحكمة مرادفًا لكل خطوة تقدم عليها السلطة ، من خلال التكرار والاستمرار والتأكيد بحيث تتحول إلى بدهية تؤخذ على علاتها دون تأمل أو تفكير .

وكم من مقالات وآراء لكتاب السلطة فى الصحف العربية قلبت الأمور رأسًا على عقب ، فجعلت من سلطان القوة منطقًا ، ومن الإذعان والاستعداد المطلق للخضوع والاستسلام فلسفة وحكمة ، بحيث أصبح الخاص هو الأصل ، والعام هو التابع ، فيحتوى الخاص العام ويحكمه ويوجهه حسبما يشاء . وإذا كانت

الحداثة السياسية فى المجتمع المعاصر تحتم ترسيم الحدود بين العام والخاص ، فإن ما يحدث فى المنطقة العربية ، وتعمل الصحافة على تكريسه وجعله ظاهرة طبيعية ، هو إزالة هذه الحدود ، هذا لو كانت موجودة أصلاً . بهذا يتم تمكين الخاص من أن يحل محل العام ويستوعبه أو ينكره أو يغيره ، أى يفعل به ما يشاء عندما يجعل من الاستثناء قاعدة . ويترتب على ذلك أن يصبح المال العام تحت رحمة السلطة، تصبح وظيفة الأمن العام بالتالى هى حماية تلك الخصخصة الفعلية للدولة . أما المؤسسات الصحفية والمنابر الإعلامية والثقافية ، فلا تكتفى بتبرير ذلك كله ، وإنما تزيد الطين بلة بالتضليل الإعلامى الذى يصبح مشروعًا فى حد ذاته ، ويتحتم على الجميع الانضواء تحت لوائه ، أما المشروع الديمقراطى الحضارى فيتم إلغاؤه باعتباره لا مشروعًا أو وهمًا يجب الخروج من إطاره .

وربما كان من أهم أسباب الأزمة بين السلطة وبين الصحافة والإعلام فى المنطقة العربية ودول العالم النامى أو المتخلف بصفة عامة ، هو أن هذه الطفرة الهائلة فى تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال ، ما نتج عنها من سيطرة شبه كاملة على فيض متدفق كاسح من المعلومات بأقل جهد وبأسرع وقت ، قد أحدثت هوة عميقة وواسعة بين الأساليب التقليدية القديمة التى تنتهجها السلطة داخليًا وخارجيًا ، وبين ما استجد من أساليب ونظم وأفكار حديثة للإعلام الحر . وكان للصحافة الصفراء فى الولايات المتحدة قصب السبق فى الإقبال على توظيف بل وابتكار أساليب جديدة فى تكنولوجيا إخراج الصحف منذ نهاية القرن التاسع عشر ، وتبعتها بعد ذلك الصحف القومية أو المحافظة . وعلى الرغم من بدائية تكنولوجيا الصحافة فى ذلك العصر ، فإن الحماس المتدفق نحوها كان دليلاً ماديًا ملموسًا على روح الحرص على التجديد والابتكار واكتشاف الآفاق الجديدة. وهى روح لم تقتصر على الشكل الفنى للصحيفة بل امتدت لتشمل مضمونها الفكرى الذى يواكب روح العصر . أما الصحافة العربية فقد فشلت فيما نجحت فيه

الصحافة الصفراء فى الغرب . صحيح أنها استطاعت أن توظف أحدث معطيات التكنولوجيا فى الطباعة والإخراج ، بحيث أصبحت صفحاتها تشبه إلى حد كبير صفحات كبريات الصحف فى دول الحضارة ، لكن المضمون الفكرى ظل كما هو إلى حد كبير .

ولعل أسوأ سلبيات الواقع الصحفى الذى يعكس بدوره الواقع العربى بصفة عامة ، أن معظم الكتاب والمحررين الصحفيين تحكمهم عقلية احتكار الحقيقة ، لأنهم تربوا على رؤية الحياة فى لونين فقط : الأبيض والأسود دون إدراك لألوان الطيف ودرجاته التى لا حصر لها بينهما . وقد طبقوا هذه الرؤية على كل مجالات الصراع على أرض الواقع فى العالم ، بحيث أصبحوا متأكدين لدرجة اليقين أن مواقف الحياة ليست سوى نماذج من صراع الخير والشر على وجه التحديد والقطع ، وأنهم يمثلون الخير فى هذا الصراع . وكانت نتيجة هذا اليقين الوهمى أنهم آمنوا بأن آراءهم وتوجهاتهم نحو أية مسألة من مسائل الحياة ، تمثل الجانب الصحيح بشكل مطلق لا يقبل أى حوار أو نقاش ، فى مواجهة آراء وتوجهات أخرى تمثل الجانب الخاطئ بشكل مطلق أيضًا . وعند الانتقال من مرحلة التنظير الفكرى إلى التطبيق العملى ، تصبح آراؤهم وخطواتهم بمثابة المعيار الوحيد للحقيقة ، فى حين تصبح آراء الآخرين وتوجهاتهم إما خاطئة أو تافهة أو شريرة . وبذلك تصبح صفحات الصحف بمثابة قواعد تنطلق منها سهام التعصب فى الرأى وعدم تقبل آراء الآخرين أو حتى الاستماع إليها .

ومن يطلع على مواقع الصحف على الخريطة العربية ، يكتشف أنها جزر منعزلة عن بعضها البعض ، لأن «كلاً منها يغنى على ليلاه» ويجتر آراءه الأثيرة ولا يسأم من التغنى بها . وبرغم أنها صادرة كلها بلغة واحدة هى العربية ، فليس من المعتاد أن يجد القارئ العربى صحف البلاد العربية الأخرى فى بلده ، وإنما يقتصر الأمر على بعض الصحف التى تسعى لنشر توجهاتها فى مختلف العواصم

العربية ، وتملك القدرة الاقتصادية على التوزيع سواء بالطائرات أو النسخ الإلكترونى . ولا تنشأ الصلات بين هذه الصحف العربية ، إلا إذا مست إحداها زعيم أو ملك أو رئيس دولة أخرى . عندئذ تنبرى صحف هذه الدولة للرد عليها وتكذيبها بل وتحقيرها ، ويمكن أن تتأجج نيران المعركة الصحفية فتحفل بالسباب والشتائم وتعرية ما كان خفيًا . وإذا كانت المنطقة العربية واقعة تحت وطأة تكتلات - وما أكثرها من حين لآخر - فإن المعركة تنتقل ما بين صحيفتين أو دولتين ، إلى معركة «قومية» بين تكتلين تنضوى تحت لوائه أكثر من دولتين . وبدلاً من أن تكون الصحافة العربية بمثابة أرضية مشتركة للمفكرين والساسة العرب يتبادلون عليها الأفكار والتطلعات ، ويمارسون استراتيجية موحدة أو شبه موحدة فى نظرتهم إلى المستقبل ، فإنها تصبح مثار شقاق وصراع ، وكأن العرب فى حاجة إلى المزيد منهما!!

وقد يظن البعض أن العاملين فى الصحف الصفراء فى بلاد الغرب من ذوى الثقافة المحدودة والأفكار العابرة لأنهم يعتمدون على التلفيق والاختلاق والتزييف فى بعض الأحايين . وهذا ظن خاطئ تمامًا لأن مستواهم الثقافى والفكرى والمهنى لا يقل عن أقرانهم فى الصحف التقليدية ، هذا إذا لم يزد عليه ، وإنما الاختلاف بينهم يتمثل فى المنهج المتبع الذى يتمثل فى الأسلوب الذى يدخل إلى قلب القارئ من باب الانفعال اللحظى الساخن ، وليس الأسلوب الذى يتسلل إلى عقله من باب التفكير المتأنى الذى قد يصل إلى درجة البرود . لكن أحدًا لا يستطيع أن يشكك فى ثقافة وعلم وخبرة كل من وليم راندولف هيرست وجوزيف بوليتزر بصفتهما رائدى الصحافة الصفراء اللذين سار على نهجهما معظم الذين عملوا فيها ، وتميزوا بثقافة واسعة ، نظرية وعملية ، انعكست على كتاباتهم وتغطياتهم وحواراتهم الصحفية .

أما الكتاب والصحفيون العرب ، فإن عددًا غير قليل منهم يبنى آراءه وتوجهاته تأسيسًا على اطلاع محدود على الواقع ، ودون سند جاد ومسئول

للمعلومات والإحصاءات والشواهد المتعلقة بالموضوع المراد نشره . ذلك أن مثل هذا الموضوع يتم التعامل معه بنفس أسلوب الثرثرة أو الدردشة فى جلسة بين الأصدقاء فى لقاء أو زيارة أو سهرة فى مقهى أو ناد . وتكمن الخطورة فى أن هذا الموضوع المنشور يمكن أن يترتب عليه اتخاذ قرار فى مؤسسة عامة أو خاصة ، فى حين اعتاد المسئولون العرب فى المناصب القيادية تجاهل أية حقائق أخرى قد تبرز على السطح بعد اتخاذ القرار المطلوب وتطبيقه بالفعل ، أو لى عنق هذه الحقائق بحيث تتماشى مع القرار السارى حتى لا يبدو المسئول مخطئًا ، وكأن الرجوع للحق لم يعد فضيلة !! وبالتالى يواصل المضى فى تطبيق الخطأ الذى تترتب عليه الخطوات التالية التى لابد أن تكون خاطئة بدورها ، لأن ما بنى على باطل فهو باطل . وبذلك يصبح الخطأ نهجًا ثابتًا ، يصعب التراجع عنه إلا بعد انهيار المشروع الذى كان المفروض فيه أن يطرح ثماره فى مرحلة معينة .

وبصرف النظر عن أية ضغوط سياسية تعانى منها الصحافة العربية ، فإن بنيتها الأساسية أو التحتية تقاسى من ثغرات تضعف كثيرًا من رسوخها وتماسكها وتأثيرها . ذلك أن ثقافة كتابها ومحرريها ومراسليها هى السلاح الذى لا غنى عنه فى كتابة أى موضوع ، فإذا فقد هذا السلاح فعاليته وقدرته على الحسم والإقناع ، وأصبح بمثابة تحصيل حاصل ، فليس هناك قارئ على استعداد لتضييع وقته وتفكيره فى قراءة موضوع إنشائى سقيم يمكن لطالب بالمرحلة الثانوية أن يكتب أفضل منه . فهناك أساسيات لهذه الثقافة لا يمكن تجاهلها منها الإطلاع الواسع والعميق على مجموعة أو منظومة المعارف والمعلومات والدراسات والإحصاءات التى تعالج موضوعات متصلة بالموضوع المراد تغطيته ، لأن هذا من شأنه إضافة أبعاد وأعماق ورؤى جديدة لهذا الموضوع ، لم تكن مطروحة من قبل . وكذلك الإلمام بدرجات وزوايا متعددة من طيف واسع يشمل وجهات النظر المختلفة والمتنوعة بل والمتناقضة. وهذا الإلمام يواكب استيعاب تجارب أخرى سابقة يمكن أن تكون بمثابة دروس عملية

مفيدة تجنب ارتكاب أخطاء سابقة ، مما يوفر الجهد والوقت لخطوات جديدة ، والتصدى لحل المشكلات ، ومناقشة الخبراء فيها للاستنارة بآرائهم . كما لابد من مواصلة الممارسة المستمرة لتجميع المعلومات فى أى مجال ممكن ، وانتقاء المهم والمفيد منها ، على سبيل تنمية العقلية النقدية التى لا تأخذ الأمور على علاتها ، خاصة فى زمن يتجاوز فيه كم تدفق المعلومات قدرة تخزين العقل البشرى لها بمراحل كثيرة . كما أن هذه العقلية النقدية هى الضوء الذى ينير الطريق للتأمل مع نصوص وسياقات مفتوحة ومتنامية ومتنوعة من مختلف المصادر بدلاً من التعامل مع نصوص جامدة أحادية الاتجاه ومغلقة على ذاتها .

وهناك سلبية مراوغة وزئبقية تميزت بها الصحافة العربية وتفوقت بها على الصحافة الصفراء فى بلاد الغرب ، وقد تكون نتيجة الضغوط السياسية التى لم تستطع تجنبها . هذه السلبية هى غياب الدقة والتحديد ، فمن الصعب رصد أفكار أو آراء أو مقالات فى الصحف العربية على وجه الدقة والتحديد ، إذ إن الأمور فى مجموعها تؤخذ دائمًا بالتقريب أو «الاستشعار عن بعد» . فليست هناك مواجهة مباشرة وصريحة وجهًا لوجه مع المسئولين أو مع المشكلات . لكن للحقيقة والتاريخ فإن الصحافة العربية لم تبتكر هذه «الفلسفة التقريبية» ، وإنما كانت مجرد مرآة لها، وإن كان من المفروض أن دور الصحافة لا يقتصر على الوظيفة التى تقوم بها المرآة فى عكس الأشياء ، وإنما يمتد ليشمل كل دوافع التنوير والتوعية والتثقيف ومساعدة القراء على تكوين آراء ورؤى خاصة بهم فى حياتهم اليومية .

وهناك صحف عربية تنشر معلومات مغلوطة ، بسبب عدم إخضاعها قبل نشرها للمراجعة من قبل المختصين . وتتخذ هذه المشكلة أبعادًا متعددة عندما يتعلق الأمر بالمجال السياسى أو الاقتصادى أو العلمى أو الطبى بالذات . فعندما تلجأ الصحافة العربية إلى عنصر الإثارة الذى تفوقت فيه الصحافة الصفراء بأستاذية منذ قرن من الزمان ، فإنها تتعامل معه بسذاجة منقطعة النظير لدرجة أنه يفقد تأثيره إلى

حد كبير . فهى تحاول إغراء القارئ على الإقبال على قراءتها بعناوين مثيرة وأخاذة وبراقة ، وعندما يشرع فى قراءة الموضوع والتوغل فيه ، يكتشف مدى ضحالته وسخفه واستهانته بعقله ، ولا يجد ما يفعله سوى إلقاء الصحيفة جانبًا ، وقد لا يعود إلى قراءتها مرة أخرى . وتتخذ الإثارة المصطنعة أحيانًا شكل نشر معلومات غير صحيحة أو على الأقل غير دقيقة . فمثلاً فى مجال الطب والدواء ، كثيرًا ما تنشر الصحف عن أدوية جديدة تقضى على السكر أو الجلطة أو حتى الانفلونزا ، ثم يتبين أن هذه الأدوية لا وجود لها ، وأن البشر مازالوا يعانون من ويلاتها .

وهذه السلبيات التى تعتور الصحافة العربية جعلت ثقة القراء فيها مسألة غير مؤكدة . ولعل التعبير الشائع فى المنطقة العربية على ألسنة الناس العاديين وهو «كلام جرايد» يعد تعبيرًا شعبيًا عن فقدان الثقة فى مصداقية الصحف ، مما يدل على وجود خطأ جوهرى كامن فى منظومتها ، سواء أكان نتيجة للضغوط السياسية التى تمارسها السلطة عليها ، أم تبعيتها لها إداريًا وماليًا ، أم المصالح والمنافع الشخصية التى يحرص عليها بعض الصحفيين فى معاملاتهم مع الهيئات والمؤسسات والشركات ورجال الأعمال الكبار فى مقابل تحويل ما يكتبونه من مقالات وتحقيقات وحوارات إلى دعايات غير مباشرة عن أنشطتهم . بل إن عددًا غير قليل من صحف المعارضة تحول إلى صحف للفضائح والجرائم والإثارة الفجة ، بل وذهب بعضها إلى حد الابتزاز وإلا فالفضيحة فى انتظار من لا يخضع لهذا الابتزاز . وهذه لا تعد صحافة صفراء على الإطلاق ، لأن الصحافة الصفراء طبقًا للتقاليد التى رسختها منذ نشأتها فى الولايات المتحدة ، لجأت إلى الإثارة وجذب القراء والمعلنين بكل الوسائل المبتكرة سواء فى التحرير أو الإخراج . صحيح أنها تلاعبت بانفعالات القراء وضربت بقوة على أوتار الخيال المشدودة داخلهم ، لكنها نأت بقدر إمكانها عن تقبل الرشاوى أو أى نوع من الجرائم مثل الابتزاز .

فالصحافة العريقة فى دول الحضارة تحرص بقدر الإمكان على ثقة القارئ التى تعتبر الرصيد الحقيقى للصحافة الجيدة والمحترمة ، ولذلك لابد من بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المضمون الإخبارى للصحيفة دقيقًا ، وخاليًا من أى انحياز ، وفى نطاق الموضوع ، وأن تغطى القصة الخبرية جميع الجوانب وتنشرها بموضوعية . وهو ما ينطبق أيضًا على المقالات والتحليلات والتعليقات التى يجب أن تتمسك بنفس مبادئ الدقة فى التعرض للوقائع والحقائق . أما الأخطاء المهمة فى عرض الحقائق ، أو الأخطاء التى تترتب على الاختصار أو الحذف ، فيجب تصحيحها فورًا وفى مكان بارز فى العدد التالى مباشرة . وإذا وقع ما يخالف هذه المبادئ والتقاليد فيجب أن يكون بمثابة الاستثناء العابر حتى لا تهتز ثقة القارئ فى صحيفته ، بصفتها القاعدة التى يجب ألا تمس .

والصحافة معرضة دائمًا للأخطاء ، مثلها فى ذلك مثل أى عمل سريع الإيقاع لابد أن يواكب الأحداث التى يمكن أن تكون لاهثة . ويحاول المحررون تجنب هذه الأخطاء فى حين يقف رؤساء التحرير لها بالمرصاد معتمدين فى ذلك على هيئة من المراجعين ، سواء بالنسبة للأخطاء المطبعية أو النحوية أو اللغوية . وبرغم كل هذه المحاولات الدقيقة فى المراجعة ، فيمكن أن تظل هناك بعض الأخطاء سواء فى الهجاء ، أو الأرقام ، أو تصريحات أو حوارات المصدر التى تم اختصارها . وهى أخطاء بطبيعة الحال غير مقصودة لأنها ناتجة عن طبيعة المهنة وظروفها التى لا تمنح فرصة كافية للتأنى . ومع ذلك فإن بعض الأخطاء قد يكلف الصحيفة كثيرًا ، كما يكلف الأشخاص الذين شوهت صورتهم أو حديثهم فى الصحيفة ، خاصة إذا كانوا من الشخصيات العامة .

وليست فداحة الأخطاء بكثرتها ، لأنه كلما عثر أحد القراء على خطأ فى الصحيفة ، فإنها تصبح فى نظر هذا القارئ وفى نظر أصدقائه الذين أبدى لهم دهشته أو استياءه من ذلك ، أقل جدارة بالثقة . وفى جلساتهم يتساءلون عن عدد

الأخطاء الأخرى التى ترتكبها هذه الصحيفة يوميًا ، وبذلك يحيق بالصحيفة ظلم قد تكون منه بريئة . لكن المشكلة أن هذا النوع من تآكل ثقة القارئ بصحيفة ما يتم بطريقة تراكمية قد تهز مكانتها بصفة عامة . وفى الخارج يمكن أن تكون الأخطاء مكلفة جدًا إذا رفع أحدهم دعوى قذف ضد الصحيفة مطالبًا بتعويض قد يصل إلى ملايين الدولارات ، بحيث تجد الصحيفة نفسها مضطرة للاستعانة بمحامين يكلفون الكثير للدفاع عنها ، خاصة فى الولايات المتحدة التى يشتهر فيها المحامون بحيل وألاعيب وخدع ، تتضاءل أمامها كل ما فعلته الصحف الصفراء بطول تاريخها . ولذلك خصصت معظم هذه الصحف أبوابًا ثابتة تغطى ما يدور فى جلسات المحاكم ، خاصة فى القضايا المثيرة التى تصبح حديث الناس ، سواء أكانت فضائح جنسية أم جرائم جنائية بمختلف أنواعها .

وفى مطلع القرن العشرين ، أدرك الصحفيون خطورة هذه المسألة فى الولايات المتحدة ، لدرجة أن وكالة أنباء «انترناشيونال نيوز سيرفس» القديمة ، أصدرت تعليمات لمراسليها ومحرريها تقول بوضوح : «حاول الحصول على الأخبار أولاً ، ولكن قبل ذلك احرص على أن تكون الأخبار صادقة وخالية من الأخطاء. إن الدقائق القليلة الإضافية التى قد يقضيها المحرر فى التأكد من الخبر والأسماء والتواريخ والأماكن ومراجعتها تمثل استثمارًا سليمًا فى مهنة الصحافة» .

أما إذا ظهر أى خطأ فى الصحيفة ، سواء أكان ناتجًا عن خطأ في الكتابة على الكومبيوتر ، أم نتيجة لخدعة وقع فيها المحرر ، فإنه يجب أن يكون هناك تصحيح للخطأ فورًا . ويجب أن يكون تصحيحًا أمينًا ودقيقًا ، وعليه عنوان مناسب ، وكلماته صريحة فى الاعتذار عنه ، ومنشور فى مكان بارز ، وألا يوضع التصحيح فى مكان غير ظاهر ، كأن يوضع مثلاً بالقرب من الإعلانات المبوبة . ذلك أن المقصود من التصحيح أن يؤدى إلى رفع الضرر الذى وقع بصورة مناسبة . لكن من الناحية العملية فإن معظم التصحيحات لا يسهل نشرها فى نفس المكان الذى نشر فيه

الموضوع الأصلى على وجه التحديد، ولا بنفس بنط العناوين التى استخدمت من قبل فى الموضوع الذى تضمن هذا الخطأ. ولذلك ابتكر المسئولون الصحفيون طرقًا جعلت تصحيح الخطأ ممكنًا وفعالاً ولا يتناقض مع تنسيق الصفحات. من هذه الطرق تخصيص أماكن ثابتة فى صفحات معينة لتصحيح الأخطاء، وهى طريقة انتشرت فى عدد كبير من الصحف القومية الكبرى ذات الانتشار الواسع، وكذلك الصحف الصفراء والصحف المحلية الصغيرة. وليس هذا فضلاً وكرم أخلاق منها، ولكن تجنبًا لمتاعب كبيرة فى قاعات المحاكم. وينشر التصحيح فى هذه الأماكن تحت عنوان ثابت يحمل كلمة «تصحيح» بصورة واضحة فى مكان ثابت يوميا كى تعتاد عليه عين القارئ، وعادة ما ينشر فى الصفحة الثانية، أو فى نهاية ملخص الأخبار فى الصفحة الأولى. وقد أثبتت هذه الطريقة نجاحها فى لفت نظر القارئ للأخطاء المطلوب تصحيحها، وحققت تأكيدًا موضوعيًا للاعتذار بدون الاضطرار إلى وضعه بنفس بنط العنوان الأصلى والمكان الذى نشر فيه الموضوع الذى وقع فيه الخطأ.

أما الصحف العربية فتمارس حرية كبيرة فى ارتكاب الأخطاء دون خوف من حساب، لدرجة أنها تقع أحيانًا فى العناوين الرئيسية. وخاصة أن التكييف القانونى لها يقع فى معظم الحالات تحت بند السهو والخطأ، أى يفترض حسن النية. ويمكن أن ينشر التصحيح أو الاعتذار إذا تأزمت الأمور وبرز سلاح القانون، وكان فى الخطأ مساس حقيقى وفعلى باسم الضحية وصورته. أما الأخطاء التى تقع عن طريق الحذف، فليست فى اعتبار الصحف العربية إلى حد كبير، وخاصة أنه من الصعب محاسبة أحد على كلام لم يقله، فى حين أن الإضافة أو التزيد يمكن أن يشكل جسمًا للجريمة الواقعة تحت طائلة القانون. ومن المعتاد أن يرفض الصحفيون الاعتراف بالكلام المحذوف، وخصوصًا فى الجزء المهم من الخبر أو الموضوع. وحتى إذا كان الحذف قد تم بنية سليمة، فإن الصحفيين ليسوا على

استعداد للاعتراف بالخطأ وتصحيحه . وهم يبررون ذلك بأن معظم الأخطاء تافهة، وأن الذين يشتكون من الأخطاء هم من النوع الذى يتصيد الخطأ . ولا يعترفون بأن الضرر الذى أصاب القارئ يعتبر شيئًا كبيرًا ، ولابد من تصحيحه ، وبأن اعتراف الصحفى بكل أمانة بخطئه سيفعل الكثير لإصلاح فجوة الثقة بين الصحيفة وقرائها ، وهى فجوة لا تستطيع الصحيفة تحمل اتساعها مع الأيام .

وإذا كانت الصحف الصفراء فى ألاعيبها وحيلها الزاخرة بالدهاء والمراوغة ، قد نجحت فى الاستفادة من الانحياز الذى قد يتسرب إلى التقارير الخبرية ، كأمر بالغ التعقيد لا يمكن ضبطه وتقنينه على وجه التحديد ، فإنه لا يحق للصحف العربية أن تسلك فى نفس المسار لأنها ليست صحفًا صفراء ، تجارية أو رخيصة ، وإنما كبرياتها قومية بحكم أنها مملوكة للدولة . ويجب ألا تلجأ كثيرًا إلى اعتبار تحديد ما إذا كان الخبر أو الموضوع منحازًا ، نوعًا من الآراء الشخصية ، وخاصة أن هناك من الحجج العديدة التى يمكن أن يتخفى الصحفى خلف أقنعتها . فهو مثلاً يمكنه أن يدعى أنه يعمل باسم جميع قراء الصحيفة ، بحيث يختار من المواقف الخبرية العناصر التى قد تبدو مهمة أو مثيرة أو ذات تأثير واضح فى أكبر عدد من القراء ، وأن كل قارئ يقرأ الموضوعات والأخبار من وجهة نظر شخصية ومدى تأثره بها ، مما يجعله يحس بالانحياز عند الصحفى إذا لم يتفق مع القيم الشخصية للقارئ أو يدعمها ، وأن معظم شكاوى القراء من الانحياز الصحفى يرجع إلى هذه المفاهيم التى تفترض عملية تلوين أو تطويع للأخبار بدون أن يحدث ذلك فعلاً . ولكن فى حالات لا يمكن تجاهلها قد تكون الشكوى من الانحياز لها ما يبررها ، سواء فى صفحات الخبر أو الرأى .

لكن أساليب الصحافة الصفراء من تلفيق واختلاق وتزييف وهجوم ضار وغير ذلك من الملامح التى تخلت عنها صحف صفراء كثيرة بعد أن أدركت أن هناك عوامل جذب أخرى للقراء ، أرقى وأكثر قدرة على الاستمرار باكتساب

احترام القراء ، وتتمثل أساسًا فى السبق الصحفى ، والمادة الإعلامية الساخنة ، والإخراج الصحفى المبهر ، والتحرير الذى يثير انفعالات القراء لكنه فى الوقت نفسه ينير عقولهم تجاه قضايا ملحة ، تلك الأساليب التقليدية المرفوضة من أطراف صحفية عديدة ، شقت طريقها بقوة ورسوخ ، بل وفرضت نفسها على معظم الحملات الصحفية التى تشنها صحف بلد عربى ضد بلد عربى آخر ، والتى تشهر فيها اتهامات العمالة والخيانة والانهزامية بل والتواطؤ مع إسرائيل ضد المصالح العربية القومية الاستراتيجية ، وهى مجرد ادعاءات أو أوهام يحتكرها كل طرف ضد الآخر ، كأحد أنواع تصفية الحسابات العلنية والخفية بين نظام عربى حاكم ومثيل له فى بلد عربى آخر . وتتجلى المفارقة المأساوية فى أن الصحف العربية تمارس كل أنواع الحرية المشروعة أو الفوضى غير المشروعة عندما تكون موجهة ضد نظام عربى دخل فى معركة كلامية وتبادل الشتائم والسباب والاتهامات مع النظام الذى تحولت فيه صحفه إلى مدفعية ثقيلة ضد خصومه . فكل شىء مباح فى هذه الحملات الصحفية والإعلامية لدرجة أن اجتماعات وزراء الإعلام العرب فى إطار الجامعة العربية ، أوصت مرارًا بتجنب هذه الحملات بقدر الإمكان لأنها تتسبب فى توسيع وتعميق هوة الشقاق بين مختلف البلاد العربية ، لكنها توصيات كانت حبرًا على الورق ، وذهبت أدراج الرياح ، إذ إن هذه الحملات المحمومة أصبحت من أوضح سمات الصحافة العربية التى تمارس حريتها على الآخر خارج حدود بلدها وبتأييد ومساندة لا حدود لهما من الزعيم ، لكنها لا تجرؤ أن تمارس مجرد لمحة عابرة من هذه الحرية داخل حدودها ، وإلا تعرضت الصحيفة المتهورة للمصادرة أو الإغلاق وسجن أو اعتقال من تجاسروا على إيراد هذه اللمحة العابرة من الحرية ، من العاملين فيها .

ويجد بعض الزعماء العرب فى هذه الحملات الصحفية المحمومة ، فرصة لشغل مواطنيهم فى قضايا وهمية تصرف نظرهم عن قضاياهم الحقيقية ، وخاصة أن

تحولات الصداقات والتحالفات العربية إلى خصومات وعداوات بل وصراعات، أو العكس ، لا تتوقف ولا تهدأ ، بحيث تحول الصحفيون والإعلاميون إلى عساكر على رقعة شطرنج ، يتساقطون فى خضم مباراة بين لاعبين يسعدان بأن مجرد لمسة من أصابعهما تحدث كل التحولات التى تشغل المتفرجين المتابعين لها . وغالبًا ما يتصالحان بمجرد انتهاء المباراة التى تكون قد حققت الغرض منها ، وتتحول الشتائم والحملات إلى أحضان وقبلات . وقد يعودان إلى مباراة جديدة ، أو ينصرف كل منهما إلى لاعبين آخرين وجذب متفرجين جدد وهكذا ، وكأنها مباريات لدورى منتظم منذ مطلع النصف الثانى من القرن العشرين ، ودخل إلى القرن الحادى والعشرين بنفس الشعارات والمبادئ والقواعد دون أى ملل أو محاولة للانطلاق إلى آفاق جديدة . ولذلك ظلت الصحف العربية الرسمية ، على مدى نصف قرن ، أبواقًا غير مقنعة (سواء بتشديد النون أو كسرها) للدعاية سواء (مع) أو (ضد) . وكان على الشعب فى كل بلد أن يؤمن بأن دولته كبرى وقوية ، مهما كانت صغري وضعيفة ، وأنها دائمًا على حق ولاتقع فى الخطأ مطلقًا . ولذلك لم تعرف خريطة الفكر أو الثقافة العربية أية ألوان سوى اللونين الأبيض والأسود . فقد عجزت الصحافة العربية عن أن توجد أرضًا مشتركة يمكن أن يقف عليها العرب ، ولو بين حين وآخر ، بل إن الحملات الصحفية المحمومة (ولا نقول المسعورة) أحالت البلاد العربية إلى جزر منعزلة وسط أمواج محيط متلاطم من الشكوك والسباب والشتائم والتربص وسوء الظن والتآمر وتشويه صورة الخصم الذى يفترض فيه أن يكون شقيقًا ، برغم غرام العرب بإلحاق لفظ أو لقب أو صفة «الشقيق» باسم كل بلد عربى !!

ومن يحلل مضمون الحملات الصحفية العربية ، والحملات الضد ، ويقارنه بحملات الصحف الصفراء الأمريكية ، خاصة عندما كانت فى أوج اندفاعها

وتهورها ولهاثها وراء أى سبق صحفى بأى ثمن فى العقود الأولى من القرن العشرين ، سيكتشف إلى أى مدى تفوقت الصحف العربية الرسمية أو غير الرسمية عليها فى مجالات التجريح والتلفيق والاتهام والاختلاق والتشويه والحط من قدر الخصم إلى أسفل سافلين ، ولم يكن لتصاعد الحملات الصحفية حدود أو سقف معين لا يتعداه ، سواء من المهاجم أو الخصم طالما أن الزعيمين أو اللاعبين لم يطلقا صفارة النهاية . ذلك أنها كلها حملات مفتعلة ومصطنعة من الألف إلى الياء ، وليست نابعة من التفاعلات الجارية فى مطبخ العمل الصحفى ، فهى تبدأ بأمر من قمة السلطة وتنتهى بأمر ثان وهكذا . ولو تغير النظام بانقلاب أو ثورة أو رحيل الزعيم بطريقة أو بأخرى ، وجاء زعيم آخر بنظام مغاير تمامًا ، فإن الصحفيين الذين كانوا يهللون ليل نهار للنظام القديم ويسبحون بحمده ، يسارعون بلا خجل أو تردد لركوب الموجة الجديدة برغم تناقضها الكامل مع الموجة السابقة . وتتبدى المفارقة المأساوية فى أن الصحفيين الذين كانوا ضحايا غضب النظام السابق لاعتراضهم على بعض توجهاته ، يصبحون الضحايا الجدد للنظام الجديد لعدم استعدادهم لركوب الموجة الجديدة ، وربما كانوا لا يعرفون اللعبة فى هذا المضمار ، أو أن أساتذة ركوب الموجة لا يمنحونهم الفرصة لمشاركتهم الركوب . ولذلك لا محل للدهشة التى تصيب معظم الناس عندما يجدون نجوم الصحافة فى العهد البائد هم نجومها فى العهد الجديد . وإذا كان لكل قاعدة استثناء ، فهناك بعض الصحفيين الذين قد يلقى بهم فى الظل أو النسيان أو حتى السجن مع سيطرة النظام الجديد إلا أن القاعدة تؤكد أن المتخصصين فى فنون ركوب الموجة سرعان ما يحوزون رضى الزعيم الجديد عندما يجدهم أدوات جاهزة فى خدمته وتلبية أوامره ورغباته بأسرع ما يمكن وبأفضل طريقة يمكن أن يتصورها . ذلك أن الصحفى الذى كان يكتب عن القومية بحماس شديد ، فى استطاعته أن يكتب بعد ذلك

عن الاشتراكية بحماس أشد ، وبعد ذلك عن التوجه الدينى بحماس ملتهب وهكذا ، لأن مصلحته المادية هى المحور الذى يدور حوله مهما تغيرت الأنظمة والعهود .

وأية نظرة سريعة على النتائج التى أدت إليها الحملات الصحفية العربية ، تؤكد أنها كانت عقيمة وغير مجدية على الإطلاق ، مثل أية ظاهرة مفتعلة أو مصطنعة . كانت هى الوسيلة والغاية فى آن واحد ، وذلك لشغل الفراغ وإيهام الناس بأنهم يخوضون من المعارك ما سوف يحدد مصير الوطن ومستقبله لأجيال قادمة ، ولكنها فى حقيقتها كانت إضاعة للوقت وتشتيتا للجهد والفكر والطاقة فيما لا يجدى ، بحيث عندما تمخض جبل الصحافة العربية لم يلد حتى فأرًا . كانت كلها حملات عقيمة نسيها الناس بمجرد اندثار قوة الدفع التى كانت خلفها. لم تكن هناك حملة قومية بمعنى الكلمة من أجل تلبية ضرورات التطور الحضارى، مثل مكافحة الأمية ، أو تحديث التعليم والارتقاء بمستواه ، أو القضاء على الأمراض المتوطنة ، أو تعمير الصحارى ، أو توسيع رقعة الأراضى الزراعية ، أو تحسين الإنتاج الصناعى والارتفاع بجودته إلى مستوى العصر ، أو إقامة المشروعات القومية التى تشترك فيها عدة بلاد عربية ، كل بامكاناته وقدراته المتاحة : رأسمال مشترك ، أيد عاملة ، خبرات تكنولوجية رفيعة ، مواد خام ، أراض صالحة للإنتاج الزراعى ، أساطيل للصيد فى أعالى البحار ... الخ . فهى الحملات الحقيقية التى يمكن أن تنهض بها الصحافة العربية لتنوير العقل ، وتعميق الوعى بمتطلبات وضرورات المستقبل الذى يختلف شكلاً وموضوعًا عن نصف قرن مضى . أما الدوران فى دوامة المناقشات البيزنطية ، والصراعات العقيمة ، كأن الزمن توقف تمامًا فى منطقتنا ، فلا يعنى سوى إصرار العرب على أن يظلوا أسرى الغيبوبة التى أوشكت أن تجعلهم من أهل الكهف .

أما الحملات الصحفية التى خاضتها الصحافة الصفراء منذ ميلادها فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر فى الولايات المتحدة ، فكانت فى معظمها

إنجازات مشرفة ماديًا وأدبيًا ، ولذلك أطلقت عليها أسماء أخرى ، لم يكن «الصحافة الصفراء» سوى أحدها . كان لقب «الصحافة الجديدة» أول اسم تداوله القراء عنها ، نظرًا لجرأتها الفذة فى الانطلاق إلى آفاق جديدة تمامًا سواء فى مجالات التحرير أو الإخراج أو الحملات التى استطاعت أن تصنع رأيًا عامًا حول قضايا حيوية . وبرغم الهجمات الضارية والمتجددة التى حاولت الإقلال من شأنها بل وتحقيرها بهدف صرف القراء عنها ، فإنها واصلت ازدهارها وانتشارها كمدرسة صحفية جديدة ، لدرجة أنها تحدت كبريات الصحف القومية فى مجالات التوزيع والإعلانات ، وهذا يرجع إلى أن القراء الذين أقبلوا على هذه الصحافة التى فضلوا تسميتها «بالجديدة» على «الصفراء» ، على سبيل الإهانة ، لم يكونوا جهلاء أو سطحيين أو متخلفين فكريًا ، وإنما أدركوا بحسهم السليم أنها صحافة الآفاق الجديدة ، برغم السلبيات التى تؤخذ عليها . وخاصة أن كبريات الصحف القومية المحافظة لم تخل هى أيضًا من السلبيات والثغرات .

كما أطلق على «الصحافة الصفراء» مصطلح «الصحافة الشعبية» التى تفرعت منها ، لأن القراء لم يفرقوا بينهما ، لأنهما وقفتا على أرضية مشتركة ، تتمثل فى حل المشكلات الفعلية على أرض الواقع ، وهو الهدف الذى وضعته الصحافة الصفراء نصب عينيها عند مولدها ، بل ونظمت له حملات صحفية شعبية من أجل تحقيقه . فمثلاً قامت فى العقد الأخير من القرن التاسع عشر بدعم المنظمات البلدية والخيرية ، من خلال إقامة المطابخ التى تعد الحساء بكميات ضخمة وتوزيع الغذاء على فقراء مدينة نيويورك بعد التدمير الذى أحدثته العواصف الثلجية العارمة فى عامى ١٨٩٧ و ١٨٩٨. فقد كانت الحملات الصحفية فى نظرها ، إنجازات مادية ملموسة ومفيدة للمحتاجين على أرض الواقع، وليست مجرد معارك كلامية فارغة وجوفاء على صفحات الصحف . كذلك أتاحت الصحف الصفراء وجبات غذائية فى أعياد الميلاد للفقراء وللعائلات التى

التهمت النيران منازلها ، وأرسلت قطارات الإغاثة بالأغذية والملابس والأدوية لضحايا الأعاصير والفيضانات . كما وقفت بالمرصاد لكل الصفقات والعقود المريبة التى يوقعها المسئولون فى المجالس البلدية مع المنتجين والموردين لقاء العمولات والرشاوى ، وغير ذلك من محاولات اعتداء المصالح الشخصية على الصالح العام. كما أن تعرية فضائح الأغنياء وطبقة العاطلين بالوراثة ، لم تكن لمجرد الإثارة وجذب القراء، بل كانت أيضًا بهدف الوقوف فى صف الفقراء والمطحونين والمهمشين من خلال إلقاء الأضواء الفاحصة على مظاهر العفن والفساد والتحلل التى تسرى فى الحياة السرية للذين يظنون أنهم بامتلاكهم الثروات الطائلة قد امتلكوا البشر أيضًا وجعلوا منهم عبيدًا تحت رحمتهم .

وكانت صحيفة هيرست «نيويورك جورنال» قد وصفت اتجاهها بأنه «صحافة الفعل أو الحدث» . وهو المنهج الذى ميز بعد ذلك الصحافة التى عرفت باسم «صحافة النشطاء» التى اعتبرت مدرسة جديدة فى مجال الصحافة السياسية ، وهو المصطلح الذى كان هيرست يفضله مع «صحافة الفعل» على مصطلح «الصحافة الصفراء» الشهير . وقد عاد هذا التيار بقوة فى أواخر تسعينيات القرن العشرين بعد ظهور الصحافة الشعبية التى حددت وظيفتها فى حل المشكلات المادية وليس مجرد البحث عن الحقيقة المجردة . وكانت «نيويورك جورنال» قد أعلنت أنها على استعداد للتحرك والانطلاق إلى حيث تتطلب المصالح العامة عملاً ماديًا ملموسًا ، وعلى يقين أيضًا لتحقيق نتائج عملية . وقد احتفظت لنفسها بالحق فى تحديد متى وكيف تحتاج هذه المصالح العامة مثل هذا العمل . فهى ليست فى انتظار تلقى الأوامر أو التعليمات من أية سلطات أو هيئات للتحرك ، فهى تملك حرية العمل على أساس أنها سلطة رابعة ، وليست تابعة لأية سلطة أخرى سواء أكانت تشريعية أم قضائية أم تنفيذية ، ذلك أن مبدأ الفصل بين السلطات ينطبق عليها أيضًا .

لكن من الظلم البين للصحافة العربية أن نطلب منها أن تتحرك وتحل المشكلات بهذه الحرية ، وهى المقيدة سياسيًا وماليًا وإداريًا ، ولا تعتبر سلطة رابعة على الإطلاق ، بل إن أية سلطة من السلطات الثلاث يمكن أن تقضى على أى نشاط مؤثر وفعال . ونظرًا لأن المجتمع العربى مجتمع مهترئ أصلاً ، فإنه لا يمكن أن ينتج صحافة متدفقة بالجرأة والحيوية ، والنبش عن الأسرار المريبة ، والتوغل فى الخبايا المظلمة ، مثلما فعلت الصحافة الصفراء أو الشعبية أو صحافة الفعل أو صحافة النشطاء أو صحافة التنمية ، وهى كلها تكاد تكون مسميات مختلفة لمفهوم واحد . فالمجتمع الحر لابد أن ينتج صحافة حرة بكل المقاييس ، أما المجتمع المهترئ فينتج بطبيعة الحال صحافة مهترئة تبذل أقصى ما فى وسعها لمجرد الاستمرار فى التواجد .

هناك أيضًا «صحافة التنمية» التى تفرعت عن الصحافة الصفراء ، وشكلت تيارًا صحفيًا يؤمن بأن الحيوية الفكرية والشعبية الجماهيرية اللتين تمتلكهما الصحافة الجديدة القادرة على طرح كل القضايا مهما كانت شائكة أو حرجة ، هما أداتان فعالتان فى بناء المجتمع الحديث . ولم يقتصر تأثيرها على الولايات المتحدة والدول الأوروبية ، خاصة فى مجال الطبقات الفقيرة والكادحة والمهمشة ، بل امتد ليشمل دولاً نامية فى آسيا وأفريقيا . وإن كان التأييد الذى نالته هذه الحركة الصحفية فى الدول النامية من الطبقات الحاكمة ، لم يكن حماسًا منها للارتقاء بالطبقات الدنيا ، بقدر ما كان استغلالاً لهذه الصحافة فى تمجيد الزعماء والقادة القوميين ، والمبالغة فى التغنى بإنجازاتهم فى مجالات التنمية لدرجة أنها بلغت فى حالات كثيرة الأساليب الفاشية لعبادة البطل .

وكانت الدول العربية جزءًا لا يتجزأ من منظومة الدول النامية . وكان من المتوقع والطبيعى أن يختفى من صحفها النقد اللاذع الذى ميز الصحافة الصفراء ووليدتها صحافة التنمية فى الولايات المتحدة والدول الأوروبية ، فحل محله المديح

الذى يكال للقادة والزعماء حتى لو كانت مشروعاتهم فاشلة أو إنجازاتهم وهمية ، بحيث عاش القراء على صفحات الصحف أكثر من معيشتهم على أرض الواقع . وبذلك انقلب دور الصحافة الصفراء أو الجديدة أو الشعبية رأسًا على عقب ، فبدلاً من أن تصبح صوت الشعب الذى يخترق كل الحواجز والسدود ليصل إلى آذان القائد ، أصبحت صوت القائد الذى يدوى فى آذان الشعب . ولعل هذا بمثابة نتيجة طبيعية ومتوقعة للفوارق الحادة بين الدول التى تتمتع بالحرية وتمارس الديمقراطية ، وبين التجمعات الإثنية والقبلية والعشائرية والعرقية والعنصرية والمذهبية التى تشكل فى البلاد العربية تربة خصبة لاندلاع الفتن الطائفية والصراعات المدنية والأهلية التى تهيئ الجو لبروز الأنظمة الديكتاتورية والفاشية بصفتها الحل الحاسم والعلاج الناجع لأية احتمالات لانهيار المجتمعات وتفتتها بل واندثارها .

وعندما يخوض الناس فى دوامات من الصراع والفوضى ، وتصبح الحياة نوعًا من كابوس مستمر ، ويبحثون عن محور اتزان أو مركز ثقل للمجتمع فلا يجدون، فإن أى زعيم جديد يمكن أن يستقطب مراكز القوى ويقفز على كرسى السلطة ، سيلقى منهم قبولاً وترحيبًا بل وحماسًا ، بصرف النظر عن توجهاته السياسية التى قد تكون مغرقة فى الفاشية مثل كل الذين حملتهم الانقلابات إلى دست الحكم . وقد أثبت التاريخ المعاصر أنه لا فرق بين المهللين للانقلاب ظنًا منهم أنه طوق النجاة الذى ألقى به إليهم لإنقاذهم وبين المستجيرين من الرمضاء بالنار . والصحف فى مجتمع مثل هذا هى مجرد ريش فى مهب الرياح ، وتتمنى أن ترسو على بر هى أيضًا . ولذلك فهى على استعداد فورى لتقوم بدور الأبواق لمن يقفز على كرسى السلطة ويتربع عليه ، وليس لديها أى مانع لتغيير منطلقاتها وشعاراتها ولافتاتها ، هذا إذا كانت تملكها من الأصل ، حتى تتجنب أية مواجهة مع الزعيم «المنقذ» .

هذه هى المحنة التى تمر بها الصحافة العربية ، والتى تكاد تصيبها بالشلل . وتتجلى المفارقة العجيبة فى أن بعض كبار الصحفيين العرب يأنفون من أية مقارنة

بين صحفهم والصحف الصفراء فى حين أن هذه المقارنة فى صالح الصحف العربية إذا كانت تضفى عليها كل عوامل الحيوية والجرأة والمبادرة والابتكار سواء فى الشكل أو المضمون، وغير ذلك من العوامل الإيجابية التى تتمتع بها الصحف الصفراء . لكن واقع الأمر يؤكد أنها مقارنة ليست فى صالح الصحف العربية التى يمكن وصفها بصحافة «القول المحايد» أو بمعنى أدق «القول السلبى» ، أما معظم دارسي الصحافة ومؤرخيها ، فإنهم يصفون الصحف الصفراء بأنها صحافة «الفعل الإيجابى» الذى يغير الأمور والأوضاع من حال إلى حال ، ولا يكتفى بسردها أو وصفها أو التظاهر بنقدها وشجبها لمجرد التواجد فى الساحة أو على الخريطة .

إن الصحافة العربية أمامها شوط طويل ووعر ، يتحتم عليها أن تقطعه ، كى تتخلص من مرحلة التواجد السلبى المقصور على السرد الخبرى المحايد بلا توجه معين ، أو الخاضع لتوجه السلطة ، والتحليل الذى ينتمى إلى الوصف والتغطية أكثر من انتمائه إلى إبداء الرأى المتبلور والمحدد ، ولا نقول الرأى الجرئ فى كشفه لحقائق الأمور والتوغل فى دهاليزها المعتمة . ذلك أن الصحافة العربية هى غابة من الحساسيات المتوقعة وغير المتوقعة ، وأى مساس بإحدى هذه الحساسيات ، حتى لو كان غير مقصود ، يمكن أن يؤدى إلى أوخم العواقب للصحيفة التى تتورط فى مثل هذا الخطأ الذى يمكن أن تعتبره السلطة جريمة لابد من ردع مرتكبها .

فإذا عجزت الصحافة العربية عن الخروج من مرحلة التواجد السلبى هذه ، وهذا هو المتوقع طالما أن الأنظمة والتوجهات السياسية حريصة على استمرار الأوضاع الراهنة ، فإنه سيأتى وقت ، وهو قريب ، تفقد فيه الصحف العربية مجرد هذا التواجد السلبى الذى لا يتخطى فى معظمه الحدود المحلية الضيقة ، بعد أن بدأ عصر السماوات المفتوحة والقنوات الفضائية التى تفرض نفسها على عيون الشعوب وآذانها وبالتالى مشاعرها وعقولها . فقد تلاشت الحدود والحواجز وأصبح العالم قرية كونية صغيرة ، وأصبح الحذف أو التجاهل أو التعتيم الذى تمارسه الصحف العربية على بعض الأحداث أو المواقف أو التحولات ، ظاهرة مثيرة للسخرية والضحك ، وشر البلية ما يضحك ، إذ لم يعد فى جعبتها أية أسرار .

ومما يدفع بهذه السخرية إلى قمتها ، أن الصحف العربية فى حملاتها المفتعلة ضد بعضها بعضًا ، وجدت أن أشنع وصمة أو تهمة يمكن أن توجهها إلى صحيفة وقعت فى خصومة معها كالعادة ، هى وصفها بأنها «صحافة صفراء» . وهذا يدل على أن معظم الصحفيين العرب لا يعرفون سوى الفكرة القديمة المهترئة التى لا ترى فى «الصحافة الصفراء» سوى صحافة الفضائح والجرائم والأكاذيب ، لا إنجازاتها الصحفية التاريخية فى مجالات التحرير والصياغة والإخراج الصحفى ، وقدراتها وطاقاتها المتجددة التى ولدت مدارس صحفية جديدة مثل تلك التى عرفت باسم «الصحافة الجديدة» ، أو «الصحافة الشعبية» ، أو «صحافة التنمية» أو «الصحافة البوليسية» التى تنافس رجال الشرطة فى كشف أسباب الجرائم وأسرارها . وهى مدارس صحفية تنطوى على طاقات لا تنفد من التواجد الإيجابى الفعال المؤثر فى الحياة اليومية للناس . كما أن الصحفيين العرب الذين يتكبرون وهم يتأففون من «مخازى» الصحافة الصفراء ، يجهلون أو يتجاهلون أنها تتمتع بحرية فائقة فى كشف مخازى المجتمع ومفاسده ، ولذلك فهى ليست فى حاجة إلى ممارسة النفاق أو الرياء أو المداهنة أو التقريظ كى تبدو الأمور على أفضل ما يرام . ومن الطبيعى أن يصبح توجه كل الصحف المملوكة أو الممولة أو المدعمة من الدولة ، أنه «ليس فى الإمكان أبدع مما كان» طبقًا للمبدأ العربى المشهور «اطعم الفم تستح العين» .

من هنا لم يكن الهجوم الذى يتردد من حين لآخر فى أرجاء الصحافة العربية على الصحافة الصفراء ، سوى نوع من صرف الأنظار عن خيبة الأمل التى أصبحت مصاحبة للصحف العربية فى معظم خطواتها التى أصبحت تتراجع إلى الوراء أكثر من تقدمها إلى الأمام . وأية مقارنة بينها وبين الصحافة الصفراء لن تكون فى صالحها لأنها ستكون مقارنة بين الجمود والحيوية ، بين السكون والحركة، بين الهزال والقوة ، بين التردد والإقدام ، بين التوجس والجرأة ، بين التعمية والتعرية ، بين المراوغة والمواجهة ، بين التميع والحسم ... الخ . وبالتالى فإن البيت الزجاجى الهش الذى تسكنه الصحافة العربية لا يؤهلها أن تلقى الصحافة الصفراء بالأحجار . يكفى أنها لا تتمتع بالحرية والديمقراطية والجرأة التى تجعل منها

سيفًا مسلولاً على أعناق الفاسدين والمجرمين والمنحرفين وغيرهم من الفئات التى تنخر فى كيان المجتمع كالسوس ، وهى الميزات التى أتاحت للصحافة الصفراء إمكانات القيام بصولات وجولات وحملات لا تتوقف ، ضد كل أنواع الفساد والجريمة والانحراف . أما حملات الصحف العربية فمعظمها ضد بعضها بعضًا ، كما أنه لا فضل لها فيها لأنها مجرد ترديد وصدى للصراعات التقليدية الدائرة بين الأنظمة العربية ، بل وتنفيذ لأوامرها بالهجوم على خصومها .

إن صورة الصحافة العربية قاتمة ، ليس من باب التشاؤم ولكن من باب تقرير الواقع الراهن . ومواجهة الواقع المرير خير ألف مرة من التمسك بذيول الوهم المعسول ، حتى فى حالة غياب إمكانات هذه المواجهة . وقد علمت الصحف الصفراء قراءها أن قلم الصحفى أو المحرر مثل مشرط الجراح الذى يسيل الدماء ، وقد يبتر العضو الفاسد كى يصح الجسم كله ، أما المهدئات والمسكنات فقد يدمنها الجسم الذى يستريح لتخلصه من الآلام ، لكن مكامن الداء تظل تتفاقم وتستفحل إلى أن تتأتى لحظة ينهار فيها الجسم كله . وهذه ريادة لابد أن تحسب للصحافة الصفراء ، بدليل أن كبريات الصحف فى الغرب نافستها فى هذا المضمار برغم كل هجماتها التقليدية عليها .

من هنا كان الدافع وراء تأليف هذا الكتاب عن «الصحافة الصفراء : الجذور والفروع» كأول كتاب عن هذا الموضوع فى اللغة العربية ، بهدف إزالة اللبس والأفكار والمعلومات المغلوطة عن هذه الصحافة غير التقليدية التى ظلمتها الصحافة التقليدية لأسباب تم شرحها وتحليلها بإسهاب فى فصول هذا الكتاب . فهو ليس حيثيات للدفاع عنها ، وإنما تحليل علمى موضوعى ، لوضع الحقائق تحت أضواء فاحصة ، سواء لإيجابياتها أو سلبياتها ، وهى سلبيات لم تكن مقصورة عليها وحدها ، بل شاركتها فيها صحف عريقة ومحافظة وقومية . ولم تكن المهمة الأساسية لهذا الكتاب سوى تطبيق المنهج العلمى الذى يضع الرصد الموضوعى للحقائق فى اعتباره قبل إبداء الآراء المختلفة فيها .

BIBLIOGRAPHY

1 - Abbot. Willis: *Watching The World Go By*, 1979.

2 - Albig, W.: *Modern Public Opinion*, 1956.

3 - Allen, John E.: *Newspaper Makeup*, 1936.

4 - Aronson, James: *The Press and the Cold War*, 1971.

5 - Barmouw, Erik: *The Image Empire*, 1970.

6 - Barrett, James Wyman: *Joseph Pulitzer and His World*, 1941.

7 - Barth, Gunther: *City People: The Rise of Modern City Culture in Nineteenth Century America*, 1980.

8 - Bell, Daniel: *The End of Ideology*, 1960.

9 - Berlo. J.D.: *The Process of Communication*. 1961.

10 - Bessie, Simon Michael: *Jazz Journalism*, 1938.

11 - Blackbeard. Bill: *The Yellowing of Journalism*, 1995.

12 - Bleyer, Willard Grosvenor: *Main Currents in the History ofAmerican Journalism*. 1927.

13 - Bogart, Leo: *Strategy in Advertising*, 1967.

14 - Bok. Sissela: *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, 1978.

15 - Boorstin, Daniel J.: *The Imae: A Guide to Pseudo-Events in America*, 1961.

16 - Brembeck. Winston L. & William S. Howell: *Persuasion: a Means of Social Infuence*. 1976.

17 - Brooks. Sydney: «The American Yellow Press». *Fortnightly Review*, 16 Dec. 1911.

18 - Brown, Charles H.: *The Correspondents War*, 1949.

19 - Burtt. Harold Emest: *Psychology of Advertising*, 1938.

20 - Cameron, Rich: *Press History*, 2000.

21 - Campbell, W. Joseph: *Yellow Journalism, Puncturing the Myths, Defining the Legacies*, 2000.

22 - Campbell, W. Joseph: *Yellow Journalism: More than an epithet for sins, nortcomings in Newsgathering*. 2002.

23 - Cantril, Hadley: *The Human Dimension: Experiences in Policy Research*. 1967.

24 - Carlson, Oliver, & E.S. Bates: *Hearst, Lord of San Simon*, 1936.

25 - Casebier. Allen & Janet Jinks Casebier: *Social Responsibilities*, 1978.

26 - Challender, Smith R.: Press Law, 1978.
27 - Charity, Arthur: Doing Public Journalism, 1995.
28 - Chiasson, Lloyd Jr. (ed.): Three Centuries of American Media, 1999.
29 - Childs, L. Harwood: Public Opinion: Nature, Formation and Role, 1965.
30 - Chomsky, Noam: Rogue States, The Rule Force in World Affairs, 2000.
31 - Christian, Clifford G., Kim B, Rotzoll & Mark Fackler: Media Ethics Cases and Moral Reasoning. 1987.
32 - Clark. Carroll De Witt: «News: A Sociological Study', Abstract of Theses. 1930.
33 - Coblentz, Edmond D. (ed.), William Randolph Hearst: A Portrait in His Own Words. 1952.
34 - Cohen, Stanley & Jock Young (ed.): The Manufacture of News, 1973.
35 - Corrigan, Don H.: The Public Journalism Movement in America, 1999.
36 - Creelman, James: On the Great Highway: The Wanderings and Adventures of a Special Correspondent, 1901.
37 - Cudlipp, H.: Publish and Be Banned, 1953.
38 - Curtis. David A.: «Yellow Journalism». The Journalist (23 April, 1898).
39 - Davis, Hartley: «The Journalism of Munsey's Magazine, New York, 1900.
40 - Dickson. Paul: Think Tanks. 1971.
41 - Diner, Steven J.: A Very Different Age: America of the Progressive Era, 1998.
42 - Dodge, J. D. & G. Biner (eds.) The Practice of Journalism, 1963.
43 - Dominick, Joseph R.: The Dynamics of Mass Communication, 1996.
44 - Doob. Leonard W.: Public Opinion and Propaganda, 1949.
45 - Downey, Fairfax: Portrait of an Era, 1936.
46 - Drucker, Pete: The Age of Discontinuity, 1968.
47 - Dunn, S.W. & A.M. Barban: Advertising; Its Role in Modern Marketing, 1978.
48 - Elliot, Ralph Gregory: Limits on Freedom of the Press, 1984.
49 - Elliot, Deni: Responsible Journalism, 1986.
50 - Emerson, Thomas I.: The System of Free Expression, 1970.
51 - Emery, Michael, Edwin Emery & Nancy L. Roberts: The Press and America: An Interpretative History of Mass Media, 1996.
52 - Eysenck, H.J. & D.K.B. Nias: Sex, Violence and the Media, 1978.

53 - *Filler, Louis: Crusaders for American Liberalism, 1939.*
54 - *Fink, Conrad C.: Media Ethics in the Newsroom and Beyond, 1988.*
55 - *Ford, James L.: Forty Odd Years in the Literary Shop, 1921.*
56 - *Frazer, Lindley: Propaganda, 1957.*
57 - *Friere, Paulo: Pedagogy of the Oppressed, 1971.*
58 - *Fulbright, J. William: The Pentagon Propaganda Machine, 1970.*
59 - *Gallup, George: The Pulse of Democracy, 1940.*
60 - *Galvin, Katherine M.: Media Law: A Legal Handbook for the Working Journalist. 1984.*
61 - *Gartner, Michael: «How the Monica Story Played in Mid-America», Columbia Journalism Review. May, June, 1999.*
62 - *Gerald, J. Edward: The Social Responsibility of the Press, 1963.*
63 - *Glover. Stephen: Paper Dreams, 2002.*
64 - *Goldberg, Bernard: Bias: A CBS Insider Exposes How the Media Distorts the News. 2003.*
65 - *Goode, Kenneth: Advertising, 1941.*
66 - *Gordon. Gary: Sex in Business, 1969.*
67 - *Gordon, Matthew: News is a Weapon, 1942.*
68 - *Greenwald, Harold: Playgirl, 1962.*
69 - *Hachten, William A.: The Troubles of Journalism: A Critical Look of What's Right and Wrong with the Press, 1998.*
70 - *Haiman, Franklyn S.: Speech and Law in a Free Society, 1981.*
71 - *Haiman, Robert J: Best Practices for Newspaper Journalists, 2000.*
72 - *Hilgard, E & R. Atkinson: Introduction to Psychology, 1967.*
73 - *Holinger, Ralph L.: Media Law, 1987.*
74 - *Holt, Hamilton: Commercialism and Journalism, 1909.*
75 - *Holt, Henry & John Dewey: The Character of Events, 1929.*
76 - *Hovland, Carl I. & Irving L. Janis (eds.): Personality and Persuasibility, 1966.*
77 - *Hutleng, John L.: The Messenger's Motives: Ethical Problems of the News Media, 1979.*
78 - *Hutleng, John L.: Playing it Straight: A Practical Discussion of the Ethical Principles of Newspaper Editors, 1981.*

79 - *Ireland, Alleyne: Joseph Pulitzer: Reminiscences of a Secretary, 1914.*

80 - *Irwin. Will; Propaganda and the News, 1936.*

81 - *Irwin. Will: The American Newspaper: The Spread and Decline of Yellow Journalism. 1969.*

82 - *Jaspan, Norman: The Thief with the White Collar, 1962.*

83 - *Kelly, Michael: «The Know - Nothing Media», Washington Post, (10 Nov 1999).*

84 - *Kobre, Sidney: The Yellow Press and Gilded Age, 1947.*

85 - *Krieghbaum, Hillier: Pressures on the Press, 1972.*

86 - *Lambeth. Edmund B.: Comitted Journalism: An Ethic For the Profession. 1987.*

87 - *Lambeth, Edmund B., Philip E. Meyer & Esther Thorson (eds.): Assessing Public Journalism. 1998.*

88 - *Lasswell, Harold D. & Dorothy Blumenstock: World Revolutionary Propaganda, 1939.*

89 - *Lee, A.M. & Elizabeth B. Lee (eds.): The Fine Art of Propaganda, 1939.*

90 - *Lippmann, Walter: Pubie Opinion, 1922.*

91 - *Lloyd, H.: The Legal Limits of Journalism, 1968.*

92 - *Lumley, Frederick E.: The Propaganda Menace, 1933.*

93 - *Lundberg, Ferdinand: Imperial Hearst: A Social Biography, 1936.*

94 - *MacDougall, Curtis: Understanding Public Opinion, 1988.*

95 - *MacGowan, William: Coloring the News, 2001.*

96 - *Machlup, Fritz: The Production and Distribution of Knowledge in the United States, 1962.*

97 - *Marks, George P.: The Black Press Views American Imperialism, 1971.*

98 - *Martineau. Pierre: Motivation in Advertising, 1957.*

99 - *McNae, L.C.J.: Essential Law for Journalists, 1963.*

100 - *Merrill, J.C.: The Elite Press, 1969.*

101 - *Michelson. Charles: The Ghost Talks, 1944.*

102 - *Miller, Abraham H.: Terrorism: The Media and the Law, 1982.*

103 - *Miller, Merle: Freedom to Read: Magazines, 1946.*

104 - *Milton, Joyce: The Yellow Kids: Foreign Correspondents in the Heyday of Yellow Journalism, 1989.*

105 - Mott, Frank Luther: American Journalism, 1950.
106 - Murphy, D.: The Silent Watchdog, 1976.
107 - Olson. Richard D.: R.F. Outcault: The Father of American Sunday Comics. 2002.
108 - Packard, Vance: The Hidden Persuaders, 1957.
109 - Packard, Vance: The People's Shapers, 1990.
110 - Paneth, Donald: The Encyclopedia of American Journalism, 1983.
111 - Park, Robert E.: «The Yellow Press», Sociology and Social Research, 12 (1927, 1928).
112 - Randall, J. H.: The Making of Modern Journalism, 1968.
113 - Ranson, Harry Howe: The Intelligence Establishment, 1970.
114 - River, William L. & Clove Mathews: Ethics for the Media, 1986.
115 - Robertson, Stewart: Introduction to Modern Journalism, 1930.
116 - Roszak, Theodore: The Making of a Counter Cultur, 1969.
117 - Rubin, Bernard (ed.): Questining Media Ethics, 1978.
118 - Sandage, C. H., V. Fryburger & K. Rotzoll: Advertising: Theory and Practice, 1979.
119 - Schiller, Herbert I.: Mass Communications and American Empire, 1979.
120 - Schiller, Herbert I.: The Mind Managers, 1974.
121 - Schmied, Weiland et al: The Prestel Dictionary of Art and Artists in the 20th Century, 2000.
122 - Schramm. Wilbur: Mass Commuication, 1962.
123 - Schramm, Wilbur: Mass Media and National Development, 1964.
124 - Schudson, Michael: Discovering the News: A Social History of American Newspapers, 1978.
125 - Scib, Philip: Headline Diplomacy: How News Coverage Affects Foreign Policy, 1997.
126 - Seitz, Don C.: Joseph Pulitzer: His Life and Letters, 1924.
127 - Sellers, L: Doing it in Style, 1968.
128 - Seymour-Ure, C.: The Political Impact of Mass Media, 1974.
129 - Shalit. Ruth: Race in Newsroom: The Washington Post in Black and White, 1995.
130 - Shawcross, William: Murdoch: The Making of a Media Empire, 1997.

131 - Sorokin, Pitirim A.: The Sexual Revolution in America, 1964.

132 - Stevens, John D.: Sensationalism and the New York Press, 1958.

133 - Stevenson, Robert L.: Global Communication in the Twenty-First Century, 1994.

134 - Stewart, Kenneth: Freedom to Read: Newspapers, 1946.

135 - Sutherland, E. H.: The Sins of American Society, 1962.

136 - Sutton, Albert A.: Design and Makeup of the Newspaper, 1948.

137 - Swain, Bruce: Reporters' Ethics, 1978.

138 - Swanberg, W. A.: Citizen Hearst: A Biography of William Randolf Hearst, 1961.

139 - Swanberg, W.A.: Luce and His Empire, 1972.

140 - Tanzer, Michael: The Sick Society: An Economic Examination, 1971.

141 - Tebbel, John: The Life and Good Times William Randolf Hearst, 1952.

142 - Thomas, W.I, «The Psychology of the Yellow Journal» American Magazine, 65, 1908.

143 - Toffler, Alvin: Power Shift, 1992.

144 - Tunstail, Jeremy: The Advertising Man 1964.

145 - Wainwright, David: Journalism Made Simple, 1978.

146 - Whale, J.: Journalists and Government, 1972.

147 - Wiggins, Gene: «Sensationally Yellow», in Three Centuries of American Media, 1999.

148 - Wilkerson, Marcus M.: Public Opinion and the Spanish American War,A Study in War Propaganda, 1932.

149 - Williams, T. T.: American Journalism From the Practical Side, 1897.

150 - Winkler, John K.: Hearst: An American Phenomenon, 1928.

151 - Winkler, John K.: W. R. Hearst: A New Appraisal, 1955.

152 - Wisan, Joseph E.: The Cuban Crisis as Reflected in the New York Press (1895-1898), 1965.

153 - Wizda, Sharyn: «Breathing Life into Newsprint», American Journalism Review, (Nov, 1999).

154 - Zacher V.: Advertising Techniques and Arrangements, 1961.

